

Enhancing financial awareness and taxation for Creative Space Community

Nur Chayati✉, Khresna Bayu Sangka, Estetika Mutiaranisa Kurniawati, Nurmadi Harsa Sumarta, Agung Nur Probodhono, Saktiana Rizki Endiramurti, Anita Zulfiani, Anis Widjajanto

Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

✉ nurchayati@staff.uns.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.11838>

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have been recognized as crucial components and dynamic driving forces for various economies. The Indonesian government has paid serious attention to the MSME sector. One of the strategies for developing MSMEs to upgrade is through increased access to financing. However, the serious attention from the Indonesian government has not been maximized by MSMEs because it is not balanced with the ability related to financial management and taxation. Creative Space is an MSME Community, most of whose members are start-up companies that still lack knowledge of finance and taxation. The purpose of this community service is to provide financial education and tax obligations for Creative Space members. The method used is by providing guidance in preparing financial statements and tax reports. The results of the implementation of this financial and tax education are that all members of Creative Space can prepare financial statements and report the tax obligations that must be fulfilled by MSMEs.

Keywords: *Financial awareness; Taxation; MSMEs*

Peningkatan kesadaran keuangan dan perpajakan bagi Komunitas Creative Space

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah diakui sebagai komponen penting dan kekuatan pendorong dinamis bagi berbagai perekonomian. Pemerintah Indonesia memberi perhatian yang serius terhadap sektor UMKM. Salah satu strategi pengembangan UMKM agar naik kelas yaitu melalui peningkatan akses pembiayaan. Meskipun demikian, perhatian serius dari Pemerintah Indonesia belum dapat dimaksimalkan oleh UMKM karena tidak diimbangi dengan kemampuan terkait pengelolaan keuangan dan perpajakan. Creative Space merupakan komunitas UMKM, yang sebagian besar anggotanya merupakan perusahaan rintisan yang masih minim akan pengetahuan keuangan dan perpajakan. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan edukasi keuangan dan kewajiban perpajakan bagi anggota Creative Space. Metode yang digunakan adalah dengan melakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan dan pelaporan perpajakan. Hasil dari pelaksanaan edukasi keuangan dan perpajakan ini adalah seluruh anggota Creative Space dapat menyusun laporan keuangan dan melaporkan kewajiban perpajakan yang harus dipenuhi oleh UMKM.

Kata Kunci: Kesadaran keuangan; Pajak; UMKM

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah diakui sebagai komponen penting dan kekuatan pendorong dinamis bagi berbagai perekonomian. Mereka sering kali bertanggung jawab atas sebagian besar inovasi, lapangan kerja, dan pertumbuhan perekonomian nasional (Bouwman et al., 2018; Carayannis et al., 2006). Di Uni Eropa (UE), UMKM mewakili 99,8% dari seluruh perusahaan dan dua pertiga dari seluruh lapangan kerja (Carayannis et al., 2006). Meskipun demikian, UMKM di Eropa belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi digital dan kurang dalam mengadopsi teknologi karena mereka sering mengabaikan sumber daya, seperti kapasitas karyawan, keterampilan, dan pendanaan (Bouwman et al., 2019; Carayannis et al., 2006; Li et al., 2017; Neumeier et al., 2020).

Secara umum, UMKM mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, memperkuat inkorporasi sosial, dan meningkatkan dinamisme ekonomi (Ghazi & Goede, 2018). Selain itu, industri kreatif menawarkan wawasan tentang perubahan penting dalam ekonomi global dan khususnya bagaimana individu dan organisasi berinovasi untuk mendorong perubahan itu (Jones et al., 2011). Oleh karena itu, banyak negara yang secara strategis berusaha mendukung pergerakan ekonominya menuju ekonomi kreatif dimana industri kreatif memegang peranan penting (Ghazi & Goede, 2017).

Di Indonesia, Pemerintah Indonesia memberi perhatian yang serius terhadap sektor UMKM. Salah satu strategi pengembangan UMKM agar naik kelas yaitu melalui peningkatan akses pembiayaan. Saat ini, porsi kredit UMKM dari total kredit masih terbatas pada kisaran 18%. Presiden Joko Widodo telah memberikan arahan untuk meningkatkan porsi kredit UMKM minimal sebesar 30% pada tahun 2024. Untuk mewujudkan hal tersebut, pemerintah membutuhkan dukungan dari semua pihak.

Agar penyaluran pembiayaan UMKM dapat berjalan optimal, maka pemerintah tengah mengintegrasikan program-program yang sudah ada, baik di hulu maupun hilir. Selain dari sisi pembiayaan, daya saing UMKM juga dapat ditingkatkan melalui inovasi digital. Agar dapat berdaya saing di era ini, UMKM perlu menyesuaikan pola kinerjanya baik bisnis proses maupun pelayanan agar dapat lebih cepat, efektif, dan efisien. Dalam rangka memperkuat partisipasi UMKM dalam ekosistem ekonomi digital, pemerintah telah memberikan kemudahan, diantaranya melalui perizinan, insentif fiskal, akses pasar, dan akses bahan baku.

Meskipun demikian, perhatian serius dari Pemerintah Indonesia belum dapat dimaksimalkan oleh UMKM. Peningkatan akses pembiayaan serta insentif fiskal menjadi masalah utama. Hal ini dikarenakan tidak diimbangi dengan edukasi keuangan dan perpajakan. Sebelumnya, hasil temuan DDTC Fiscal Research & Advisory (FRA) mengenai perspektif dan suara dari pelaku UMKM terkait pelaksanaan kewajiban pajak menyatakan mayoritas UMKM Wajib Pajak sadar bahwa pajak merupakan sarana kontribusi terhadap negara. Meskipun demikian, DDTC FRA juga menemukan kurangnya literasi serta pengetahuan pajak dari UMKM membuat sebanyak 61 persen pelaku UMKM belum memanfaatkan fasilitas PPh Final sebesar 0,5 persen serta terhambat oleh kompleksitas ketentuan pajak. Kompleksitas ketentuan pajak yang beberapa tahun ini sering berubah untuk menunjang reformasi perpajakan ternyata juga menyulitkan untuk UMKM. Oleh karena itu meningkatkan pengetahuan dan partisipasi pelaku UMKM dan optimalisasi kolaborasi *multistakeholder* diperlukan.

Kajian terdahulu menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam menyusun laporan keuangan. Oktapriana et al. (2023) menunjukkan bahwa sebanyak 32 pengusaha muda mengeluh kesulitan dalam menyusun laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Resti et al. (2023) menunjukkan bahwa penyusunan laporan keuangan dibutuhkan UMKM untuk mengetahui penjualan dan arah perkembangan UMKM di masa depan, sehingga UMKM dapat naik kelas.

Kondisi di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Callén et al. (2020) yang menyatakan banyak perusahaan mempunyai masalah keuangan pada awalnya karena angka penjualan dan keuntungan mereka kecil karena kurangnya pengimplementasian laporan keuangan yang baik. Ketika laporan keuangan tidak disusun dengan benar, hal tersebut tentu akan berdampak pada pelaporan perpajakan yang di bayarkan ke pemerintah juga akan mengalami kesalahan.

Creative Space merupakan Komunitas UMKM yang beralamat di Jl. Hasanudin No. 119 Surakarta, Jawa Tengah, 57132. Creative Space merupakan wadah bagi komunitas dan industri kreatif yang memfasilitasi UMKM di Solo sebagai inkubator, kurator, *scale-up* serta pendampingan UMKM. Anggota Creative Space sebagian besar merupakan UMKM rintisan yang baru berdiri. Karakteristik UMKM rintisan memiliki kemampuan sumber daya manusia dan keuangan yang terbatas karena keterbatasan pada akses pembiayaan. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu, yang menyebutkan bahwa UMKM di Eropa belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi digital dan kurang dalam mengadopsi teknologi karena mereka sering mengabaikan sumber daya, seperti keterampilan karyawan dan pendanaan (Bouwman et al., 2019; Carayannis et al., 2006; Li et al., 2017; Neumeier et al., 2020).

Solusi atas permasalahan yang muncul pada Creative Space dilakukan dengan melakukan pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan dan perhitungan pajak. Penyusunan laporan keuangan dibutuhkan UMKM dalam rangka untuk mempermudah UMKM dalam meningkatkan akses pembiayaan. Selanjutnya, pendampingan perpajakan dibutuhkan karena dinamika peraturan perpajakan yang dibutuhkan masing-masing UMKM berbeda bergantung dari bentuk usaha dan omzet. Oleh karena itu, tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan edukasi keuangan dan kewajiban perpajakan bagi anggota Creative Space.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Surakarta, Jawa Tengah selama Maret–Agustus 2024. Kegiatan dilaksanakan di Kantor Creative Space yang bertempat di Jl. Hasanudin No. 119 Surakarta, Jawa Tengah, 57132 dan pendampingan utama dilaksanakan di Hotel Solia Yosodipuro yang beralamat di Jl. Yosodipuro No.31-33, Timuran, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57131. Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode diskusi dan pendampingan. Teknis pelaksanaan pendampingan pada Creative Space sebagai berikut:

2.1. Persiapan

Tahap ini dilaksanakan melalui survei untuk mendapat gambaran umum yang berkaitan dengan target mitra dan kondisi lapangan. Gambaran umum ini digunakan untuk menganalisis kebutuhan atas pendampingan laporan keuangan dan kewajiban perpajakan yang sesuai dengan omzet maupun jenis usaha anggota Creative Space.

2.2. Pelaksanaan

Pengabdian kepada masyarakat ini membagi menjadi 2 (dua) pendampingan utama. Metode yang digunakan dalam kegiatan pendampingan ini adalah sebagai berikut:

- a. Pendampingan dalam pelaporan keuangan, pendampingan ini dimaksudkan untuk mengetahui pembukuan yang dimiliki oleh anggota komunitas Creative Space. Tim pengabdian akan melakukan pendampingan dan pelatihan anggota komunitas Creative Space terkait standar akuntansi yang sesuai dengan kebutuhan entitas terkait dan akuntansi perpajakan yang baik dan benar sesuai kebutuhan entitas terkait.
- b. Pendampingan penyusunan perencanaan perpajakan, kegiatan ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada anggota komunitas Creative Space terkait peraturan perpajakan terbaru yang sesuai dengan karakteristik entitas. Tim pengabdian akan memberikan sosialisasi terkait peraturan perpajakan terbaru.

2.3. Monitoring dan evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan selama 3 (tiga) bulan terakhir dengan melakukan pemeriksaan atas laporan keuangan dan laporan pajak yang telah disusun oleh anggota Creative Space.

3. Hasil dan Pembahasan

Solusi permasalahan mitra yang terdiri dari pendampingan akuntansi dan pajak yang telah dilakukan di Hotel Solia Yosodipuro yang beralamat di Jl. Yosodipuro No.31-33, Timuran, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57131. Kegiatan dilakukan pada hari Kamis, 13 Juni 2024 dan diikuti sebanyak 30 anggota perwakilan Creative Space. Tahap pertama pengabdian yakni pemberian materi awal kepada anggota Creative Space. Pengabdian diawali dengan sambutan dari Founder Creative Space. Selanjutnya, perwakilan dari tim yang dipimpin oleh Khresna Bayu Sangka S.E., M.M., Ph.D., CMILT. memberikan materi awal berkaitan dengan pentingnya pemahaman keuangan kepada para anggota Creative Space.

Tahap kedua pengabdian dilanjutkan dengan memberikan pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana yang disampaikan oleh Dr. Nurmadi Harsa Sumarta, S.E., M.Si., Ak pada [Gambar 1](#). Penyusunan laporan keuangan meliputi penyusunan laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi bagi UMKM. Selanjutnya, peserta dibagi menjadi beberapa grup dan didampingi oleh tim pengabdian dalam proses penyusunan laporan keuangan. Dalam tahapan ini anggota Creative Space menyelesaikan kasus penyusunan laporan keuangan sederhana dengan informasi pemasukan dan pengeluaran. Dampak yang diperoleh pada sesi ini adalah anggota Creative Space mampu menyusun secara mandiri laporan keuangan sederhana, sehingga dapat diimplementasikan kepada usahanya.

Tahap pengabdian ketiga yakni pendampingan perpajakan sesuai dengan bentuk usaha dan omzet. UMKM memiliki keleluasaan dalam memilih bentuk laporan keuangan, yaitu pembukuan atau pencatatan. Bentuk laporan keuangan yang dipilih dapat berpengaruh terhadap jumlah pajak yang dibayar. Selain itu, UMKM dapat memanfaatkan insentif UMKM yaitu dengan hanya membayar 0,5% dari omzet setiap bulan. Adanya PP 55 Tahun 2022 tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan, sehingga UMKM akan mendapatkan insentif untuk bebas pajak apabila

omzet belum mencapai Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Selanjutnya, peserta dibagi menjadi beberapa grup dan didampingi oleh tim pengabdian dalam proses pelaporan perpajakan. Dalam tahapan ini anggota Creative Space menyelesaikan kasus perhitungan pajak sederhana berdasarkan laporan keuangan yang telah disusun pada tahap kedua. Dampak yang diperoleh pada sesi ini adalah anggota Creative Space mampu menyusun menghitung sendiri pajak yang harus dibayarkan oleh UMKM.



Gambar 1. Kegiatan pelatihan penyusunan laporan keuangan

4. Kesimpulan

Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan edukasi keuangan dan kewajiban perpajakan bagi anggota Creative Space. Hasil dari pelaksanaan pengabdian ini adalah seluruh anggota Creative Space dapat menyusun laporan keuangan secara mandiri dan melaporkan kewajiban perpajakan yang harus dipenuhi oleh UMKM. Literasi keuangan dan perpajakan dibutuhkan oleh UMKM untuk mendukung UMKM dapat naik kelas. Pemahaman dalam penyusunan laporan keuangan dapat membantu UMKM untuk mendapatkan akses pembiayaan dan kredit dari perbankan. Selain itu, pemahaman atas kewajiban perpajakan, tidak hanya bermanfaat bagi UMKM dalam penghematan pajak, akan tetapi juga bermanfaat bagi negara dalam hal penerimaan pajak.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian memberikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak Creative Space Solo yang telah membantu terlaksananya pengabdian ini. Pengabdian ini didanai oleh Universitas Sebelas Maret melalui Skema Pengabdian Kepada Masyarakat Hibah Grup Riset (PKM HGR-UNS) dengan No. Kontrak 195.1/UN27.22/PT.01.03/2024

Kontribusi Penulis

Pelaksana Kegiatan: NC, KBS, EMK, NHS, ANP, SRE, AZ, AW; Penyusunan Materi: NHS, AW, ANP, AZ, SRE; Penyiapan Artikel: NC, KBS, EMK; Revisi Artikel: NC.

Daftar Pustaka

- Bouwman, H., Nikou, S., Molina-Castillo, F. J., & Reuver, M. de. (2018). The impact of digitalization on business models. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 20(2), 105–124. <https://doi.org/10.1108/DPRG-07-2017-0039>
- Bouwman, H., Nikou, S., & Reuver, M. de. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunication Policy*, 43(9), 101828. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828>
- Callén, Y. F., Cuellar, B., & Serrani-Cinca, C. (2020). Predicting startup survival using first years financial statements. *Journal of Small Business Management*, 60(15), 1–37. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1750302>
- Carayannis, E. G., Popescu, D., Sipp, C., & Stewart, M. (2006). Technological learning for entrepreneurial development (TL4ED) in the knowledge economy (KE): Case studies and lessons learned. *Technovation*, 26(4), 419–443. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2005.04.003>
- Ghazi, E. L., & Goede, M. (2017). Creative economy assessment: A case study of Kish Island. *International Journal of Social Economics*, 44(12), 1940–1956. <https://doi.org/10.1108/IJSE-05-2016-0141>
- Ghazi, E. L., & Goede, M. (2018). Creative industries: A case study of Isfahan, Iran. *International Journal of Social Economics*, 46(3), 271–287. <https://doi.org/10.1108/IJSE-09-2017-0409>
- Jones, C., Svejnova, S., & Pedersen, J. S. (2011). Misfits, mavericks and mainstreams: Drivers of innovation in the creative industries. *Organization Studies*, 32(7), 996–998. <https://doi.org/10.1177/0170840611415213>
- Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J. (2017). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information System Journal*, 28(6), 1129–1157. <https://doi.org/10.1111/isj.12153>
- Neumeyer, X., Santos, S. C., & Morris, M. H. (2020). Overcoming barriers to technology adoption when fostering entrepreneurship among the poor: The role of technology and digital literacy. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 68(6), 1605–1618. <https://doi.org/10.1109/TEM.2020.2989740>
- Oktapriana, C., Diyani, L. A., & Rahman, H. A. (2023). Edukasi penyusunan laporan keuangan bagi pengusaha muda di sektor UMKM dan start-up kreatif. *JMM: Jurnal Masyarakat Mandiri*, 7(1). <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12087>
- Resti, A. A., Rahmi, M., & Suharyati. (2023). Efforts to develop micro, small, and medium enterprises through education on branding, design, and financial statements. *Community Empowerment*, 8(10), 1480–1486. <https://doi.org/10.31603/ce.8977>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License