

## Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Strategi Bisnis, Akuntansi, Dan Perpajakan Pada Pengerajin Kayu Ukir Bali

Cokorda Krisna Yudha\*, Gede Sanjaya Adi Putra, I Putu Iwan Pramana Putra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali, Indonesia

\*e-mail korespondensi: yudhacokkrisna@gmail.com

### Abstract

*Craftsmen in Gianyar Regency, Bali can produce a variety of Hindu ceremonial tools from metal and wood. The community service programme was conducted at the Bali wood carving business and production group 'Baliary Artcrafts' placed in Bali Province's Gianyar Regency's Sukawati Village. I Komang Ari Harimbawa is the owner of Baliary Artcrafts, a partner. His extended family passed on this knowledge to him from one generation to the next. This program's primary contributions include raising production capacity, boosting internet marketing, improving the caliber of human resources in accounting and taxation, and increasing turnover and corporate assets. Partner issues include: 1) Lack of recordkeeping to determine business profit and loss. 2) Do not yet use bookkeeping to determine production costs. 3) Marketing is subpar, which makes it hard to promote because many people still do not fully understand the manufacturing and lack a product catalog. Among the remedies put forth to address these issues are: 1) Formation and design of a profit and loss and tax accounting system, 2) Establishment and design of a cost of production accounting system, and 3) Creating a promotion / marketing strategy through online and cataloguing the products owned.*

**Keywords:** *Craftsmen; Carved Wood; Tax Accounting; Marketing; MSMEs*

### Abstrak

Pengrajin di Gianyar, Bali, mampu membuat karya yang berbahan dari logam dan kayu untuk kebutuhan upacara agama Hindu. Kelompok usaha dagang dan kerajinan ukir kayu Bali "Baliary Artcrafts", mitra I Komang Ari Harimbawa, berada di Desa Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali, dan menerima program pengabdian masyarakat. Keahlian ini berasal dari keluarga besarnya. Kapasitas produksi yang bertumbuh, pemasaran internet yang berkembang, dan kualitas karyawan akuntansi dan perpajakan yang meningkat, serta peningkatan laba dan aset perusahaan adalah kontribusi utama dari program ini. Dalam menjalankan usaha, mitra mengalami kendala seperti: mereka tidak menyimpan data dalam bentuk pembukuan yang berkaitan dengan laba dan rugi usaha; mereka tidak mempunyai pembukuan yang memuat proses penentuan harga pokok produksi; serta mereka tidak memiliki katalog produk, yang membuat promosi sulit. Solusi untuk masalah ini meliputi: 1) Pembentukan dan perancangan sistem pembukuan laba rugi dan perpajakan, 2) Membangun dan membuat sistem pembukuan harga pokok produksi, dan 3) membuat strategi promosi dan pemasaran melalui internet dan membuat katalog produk yang dimiliki.

**Kata Kunci:** Pengrajin; Kayu Ukir; Akuntansi Pajak; Pemasaran; UMKM

Accepted: 2024-11-28

Published: 2025-04-12

## PENDAHULUAN

### A. Analisis Situasi

Salah satu daerah seni di Provinsi Bali, Gianyar terkenal dengan kerajinan tangan di setiap desa. Masyarakat yang menjadi Pengerajin di Kabupaten Gianyar tetap memilih memproduksi kerajinan dengan menerapkan metode dan alat-alat konvensional, penggunaan mesin hanya ditunjukkan untuk mempermudah pengemasan barang kerajinan. Maka dari itu, Nilai Jual produk yang dihasilkan lebih Unggul karena masih menggunakan pekerjaan tangan (*handwork*), menjadikan kerajinan nampak memiliki nilai dan estetika. Jumlah pengrajin semakin berkurang seiring dengan kemajuan teknologi dan kondisi dunia saat ini. Untuk bertahan hidup di era modern, para pengrajin harus beralih ke pekerjaan lain. Sehubungan dengan kondisi tersebut, perbaikan pemasaran, laporan keuangan, dan prosedur pelaporan perpajakan sangat penting untuk menghidupkan kembali industri kayu ukir. Dengan menggunakan strategi pemasaran, tujuan adalah untuk membuka pasar baru selain bergantung pada penjualan konvensional. Salah satu contohnya adalah pasar *online*, di mana pelanggan mampu bertransaksi tanpa perlu pergi ke pasar untuk memperoleh barang yang diminati.

Mengacu pada Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2017 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak adalah pembayaran wajib kepada negara yang terutang oleh individu maupun perusahaan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, dan dipergunakan untuk keperluan negara yakni sebesar-besarnya untuk kepentingan rakyat. Selanjutnya, setelah melakukan pembayaran pajak dan Wajib Pajak, langkah terakhir adalah melakukan pelaporan pajak tersebut, yang juga disebut sebagai Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT). SPT tahunan harus dilaporkan setiap tahun oleh Badan Usaha Wajib Pajak. SPT yang digunakan oleh Badan adalah formulir 1771, seperti yang diatur dalam PER-26/PJ/2013 Tentang Perubahan atas PER-34/PJ/2010. Fungsi pelaporan pajak dalam bentuk SPT memiliki tujuan untuk melaporkan dan mempertanggungjawabkan.

Laporan keuangan adalah langkah terakhir dalam serangkaian pencatatan akuntansi yang dilakukan perusahaan selama kurun waktu tertentu. Hal ini dikarenakan Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP), laporan keuangan harus dilampirkan pada SPT Pajak Penghasilan (PPh) Wajib Pajak (WP) Badan untuk tujuan perpajakan. Jenis Laporan Keuangan pada SPT untuk WP Badan Usaha termasuk Neraca meliputi Laporan Laba Rugi yang menunjukkan keadaan usaha dilihat dari jumlah pendapatan yang diperoleh dan biaya yang dikeluarkan; dan Laporan Keuangan Lainnya, sebagai pendukung dalam rangka SPT Tahunan untuk WP Badan Usaha. Laporan Keuangan tersebut mampu menunjukkan perbedaan jumlah aktiva, kewajiban, dan modal perusahaan di akhir tahun pembukuan.

Pemasaran digital adalah aktivitas usaha pada era saat ini yang mengadopsi kecanggihan teknologi informasi yang cepat untuk menyebarkan informasi ke seluruh wilayah dalam hitungan detik. Suatu perusahaan dapat memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook untuk merealisasikan strategi pemasaran digital untuk menjadi sadar akan perkembangan zaman digital. Agar pemasaran digital berjalan lebih baik, harus juga memiliki website. Apabila belum memiliki website, dapat mencoba menyewa jasa web atau digital marketing profesional. Saat pandemi ini, perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran digital untuk bersaing, memperluas pasar, dan mempermudah penjualan.

Istilah "manajemen" bersumber dari kata "manajemen" dalam bahasa Inggris, yang memiliki arti "mengurus", "tata laksana", atau "ketatalaksanaan." Jadi, manajemen adalah proses manajer atau seseorang dalam mengatur, membimbing, dan memimpin semua yang membantunya sehingga pekerjaan dapat mencapai tujuan. Mengingat bahwa ada banyak definisi manajemen, pengertian yang paling umum adalah manajemen merupakan suatu proses pengelolaan dalam perusahaan yang meliputi berbagai kegiatan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian atau pengawasan, yang dilaksanakan dalam rangka menentukan dan mencapai tujuan yang mengkolaborasikan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya yang terbatas.

Bahasa Yunani menghasilkan istilah "strategis", yang mencangkup dua kata: "Stratos", yang memiliki arti militer, dan "ag", artinya memimpin, artinya *generalship*, atau apa yang dilakukan oleh para jenderal perang untuk memenangkan perang (Agustinus, 1996;19). Pengertian manajemen strategi menurut Fred R. David adalah bahwa manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuan.

## **B. Permasalahan Mitra**

Hasil observasi yang dilakukan pada Pengrajin Kayu Ukir Bali menunjukkan bahwa terdapat beberapa permasalahan antara lain:

- 1) SDM yang tidak mahir dalam akuntansi sehingga terjadi kesalahan dalam penyusunan laporan keuangan dan pelaporan pajak.
- 2) Kurangnya pemahaman terhadap mengelola pemasaran secara digital untuk mengembangkan usaha.

- 3) Penerapan strategi pemasaran pada masa pandemi masih mengalami kendala.

## METODE

### A. Tahapan Pelaksanaan Program

#### 1) Melakukan Sosialisasi Terkait Proses Pelaporan Keuangan dan Pelaporan Pajak

Dalam pelaksanaan kegiatan pelaporan keuangan sederhana, dosen pengabdian akan menyampaikan informasi tentang cara pencatatan pelaporan keuangan dan pelaporan pajak. Ketua pengabdian, bersama dengan anggota pengabdian I dan II, akan menjelaskan materi ini. Materi yang dijelaskan termasuk pemahaman tentang unsur sebuah laporan khususnya berkaitan dengan keuangan dan cara menyusun laporan keuangan yang sederhana, serta perluasan pengetahuan dan laporan yang berkaitan dengan pajak. Laporan keuangan yang didiskusikan terdiri dari catatan kas harian dan laporan yang disusun berdasarkan sistem

Catatan kas harian dibuat dengan memanfaatkan Microsoft Excel dan aplikasi berbasis *website*. Mitra akan diarahkan untuk membuat laporan kas harian menggunakan teknologi informasi daripada metode konvensional. Namun, jika mitra terlihat kesulitan memahami penggunaan teknologi, telah disediakan buku kas harian oleh dosen pengabdian. Dengan menggunakan laporan kas harian, mitra mampu memperoleh informasi jumlah saldo awal, berapa banyak dana yang dimasukkan dan dikeluarkan setiap hari, serta saldo kas akhir. Saldo kas akhir yang ditunjukkan pada laporan catatan kas harian akan dicocokkan dengan saldo kas dipegang. Jumlah saldo yang telah tercatat pada laporan harus bernilai sama dan seimbang dengan saldo kas yang dipegang.

#### 2) Mensosialisasikan Strategi Bisnis dan Pemasaran

Dosen Anggota Pengabdian II, dibantu oleh dosen pengabdian lainnya, akan melakukan edukasi berkaitan dengan strategi pemasaran. Ini dilaksanakan menggunakan media PowerPoint. Materi yang disampaikan adalah pentingnya sebuah proses pemasaran dan strategi promosi.

- a. Pada mulanya, mitra dididik tentang tujuan serta manfaat dari strategi pemasaran untuk meningkatkan keuntungan penjualan. Mitra akan memahami tentang pentingnya mengidentifikasi keberadaan pasar. Hal ini erat kaitannya dengan meningkatkan reputasi mitra di mata pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk yang dibuat. Pada tahap ini, desain nama baik dan menempatkan diri di pikiran konsumen adalah pekerjaan utama (Wibowo dkk., 2015).
- b. Selanjutnya, strategi promosi dengan teknik *marketing mix*. Menurut Diniaty (2014), bauran pemasaran adalah kumpulan variabel terkendali yang digunakan untuk menghasilkan tanggapan pasar sasaran yang diharapkan. *Marketing Mix 7P* meliputi 7 komponen: *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi), *Place* (Lokasi), *People* (Orang), *Process* (Proses), dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik). Dengan memberikan informasi tersebut, Mitra paham bahwa setiap komponen strategi marketing mix 7P adalah komponen yang saling berkaitan. Oleh karena itu, agar hasil penjualan diperoleh dengan optimal dan usaha memiliki peluang keberlanjutan yang maksimal, maka produsen perlu menerapkan komponen yang termuat dalam strategi tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Dampak Ekonomi Dan Sosial Berupa Peningkatan Pada Mitra

Manfaat yang diperoleh oleh mitra berupa peningkatan dampak ekonomi dan sosial bisa dilihat perkembangannya dari kondisi sebelum dan sesudah dilakukan program kemitraan masyarakat. Untuk lebih memperjelas kondisi sebelum dan sesudah maka akan disajikan pada tabel berikut:

No	Keterangan	Sebelum	Sesudah PKM
1	Penyusunan Laporan Keuangan	Terkendala dalam menyusun laporan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan UMKM	Perluasan pengetahuan tentang cara membuat laporan keuangan berbasis SAK UMKM
2	Kewajiban Perpajakan	Belum memiliki pemahaman optimal berkaitan dengan aturan pajak yang berlaku dan prosedur pelaporan pada kewajiban lapor SPT Masa dan Tahunan	Mitra menjadi tahu aturan pajak yang berlaku serta paham akan kewajiban perpajakan baik pelaporan SPT Masa dan Tahunan
3	Digital Marketing	Belum ada papan informasi atau semacamnya yang menunjukkan bahwa usaha ini memiliki fasilitas belanja online dan sosmed. Pemanfaatan digital marketing masih belum optimal	Mitra menjadi tahu strategi marketing dengan memanfaatkan digital marketing.

## B. Kontribusi Mitra Terhadap Pelaksanaan

Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) diperlukan untuk mensukseskan jalannya program ini. Adapun partisipasinya sesuai dengan tahapan pelaksanaan program adalah sebagai berikut:

### C. Penyuluhan Penyusunan Laporan Keuangan dan Perpajakan

Pada tahap ini mitra mendengarkan penyuluhan mengenai Standar Akuntansi Keuangan serta bagaimana proses melakukan penyusunan Laporan Keuangan menggunakan Aplikasi Microsoft Excel yang telah tim pengabdian susun, kemudian Mitra diberikan sosialisasi terkait Aturan Perpajakan yang digunakan an penyusunan Surat Pemberitahuan Masa dan Tahunan sehingga meningkatkan Kepatuhan sebagai Wajib Pajak.

### D. Memberi pengetahuan dan pendampingan terkait pemanfaatan digital marketing

Partisipasi mitra pada tahap ini adalah mendengarkan penyuluhan mengenai pemanfaatan digital marketing dan turut serta dalam pemasaran produk melalui teknik digital marketing yang akan didampingi.

## KESIMPULAN

Melihat uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Program Kemitraan Masyarakat (PKM) di **Baliary Artcrafts** sudah berjalan sesuai dengan rencana. Adapun solusi dari permasalahan yang ada demi kemajuan **Baliary Artcrafts** sudah mampu dilaksanakan dalam program PKM ini yaitu:

1. Menambah pengetahuan dalam membuat laporan keuangan berbasis SAK UMKM.
2. Mitra memahi peraturan pajak yang berlaku serta mitra dapat membuat pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) Masa dan Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi.
3. Mitra dapat memanfaatkan sosial media untuk memasarkan produk dengan baik.

## REFERENSI

Batubara, H. (2013). Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing pada

- Pembuatan Etalase Kaca dan Alimunium di Ud. Istana Alumunium Manado. Jurnal EMBA, [online] Volume 1(3), p. 218.
- Bustami, B. dan Nurlela. (2013). Akuntansi Biaya. Edisi 4. Jakarta: Mitra Wacana Media Djelantik,
- A.M. 1999. Estetika Sebuah Pengantar. Penerbit Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia. Bandung.
- Fahmi, Irham. 2014. Analisis Laporan Keuangan, Cetakan kedua. Bandung: Alfabeta. Hansen, D. R, dan Mowen, M 2013, Akuntansi Manajerial, Buku 1, Edisi 8, Salemba Empat, Jakarta.
- Hery. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Grasindo
- Indriani, S. dan Ilat, V. (2018). Analisis Perbandingan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing dan Metode Activity Based Costing dalam Menetapkan Harga Jual Ruko pada PT. Megasurya Nusalestari. Jurnal Riset Akuntansi Going Concern, [online] Volume 13(4), pp. 166.
- Kotler Philip, dan Gary Armstrong. 2014. Principles Of Marketing, Globa Edition, 14 Edition, Pearson Education.
- Krismiaji, Aryani Y. Anni. 2012. Akuntansi Manajemen. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Kuswandi, Dewi. 2017. Analisis Laporan Keuangan Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Air Putih Samarinda. Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.
- Purwanti, A & Darsono, P. 2013. Akuntansi Manajemen Pendekatan Praktis. Edisi keempat. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sarifillah, Nur. (2019). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Tahu Bapak Paiman. Sarjana. Institut Agama Islam Negeri Surakarta Samryn. 2012. Akuntansi Manajemen\_ Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi Dan Investasi. Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Stanton, William J. 2013. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sylvia, R. (2018). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Menggunakan Metode Full Costing dan Variable Costing pada Tahu Mama Kokom Kota Baru. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, [online] Volume 12(1), p.1
- Tanopruwito, D. dan Khaerul, S. 2012. Akuntansi Manajemen Ringkasan teori, soal dan jawaban. Jakarta. Hartomo Media Pustaka.
- Wuwungan, Jacqueline Y. S. Analisis Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik Atas Persediaan Pada Apotik Uno Medika. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi Universitas Sam Ratulangi, Manado. ISSN 2303-1174.