

Penyuluhan Terintegrasi TikTok Affiliate, Manajemen Keuangan, dan NPWP bagi Peningkatan Kapasitas Usaha Pelaku UMKM di Kelurahan Temberan, Pangkalpinang

Nana Adriana^{1*}, M. Ilham Wira Pratama¹, Rifa Umaimah¹, Arita¹, Nada Alesandro¹, Aldila Ramrada¹

¹Universitas Pertiba, Indonesia

Corresponding Author: *nana08082017@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.47766/ibrah.v5i1.5986>

ABSTRACT

Submitted:
2026-02-20
Accepted:
2026-04-22
Published:
2026-06-30

Keywords:

Digital
Marketing,
MSME
Empowerment,
MSME Financial
Management,
Tax
Administration

MSMEs in Temberan Village, Pangkalpinang City, face limitations in digital marketing, financial management, and tax administration. An initial assessment of 32 participants showed that 84.4% had not utilized social-media commerce features, 78.1% still mixed personal and business finances, 71.9% kept no financial records, and 75.0% did not have a Taxpayer Identification Number (NPWP). This community engagement program aimed to strengthen MSME capacity through digital marketing, simple financial management, and tax administration. Conducted from June to July 2026, the program employed a Participatory Action Research (PAR) approach through five phases: participatory mapping, joint planning, action implementation, practice mentoring, and reflection and evaluation. Evaluation focused on changes in participants' knowledge and practices. The aggregate mean knowledge score increased from 38.8 to 78.7, with an N-Gain of 0.65 (moderate category). At the practice level, 78.1% of participants were able to utilize digital marketing channels and prepare promotional content drafts, 65.6% were able to maintain cash-flow records while separating personal and business transactions, and 17 of 24 participants (70.8%) who initially had no NPWP completed the registration process. Five of the six program indicators were achieved. The main finding revealed a knowledge-practice gap in financial management: this area recorded the highest N-Gain (0.71) but the lowest practical achievement because some participants' business transactions remained intertwined with household needs. Program sustainability was supported through six peer facilitators, simple financial-recording tools, institutional support from the Family Welfare Empowerment (PKK) group, and follow-up consultation. These results highlight the importance of practice-based mentoring in translating increased capacity into more independent and sustainable business-management practices.

CC BY-SA license - Copyright © 2026: Nana Adriana, M. Ilham Wira Pratama, Rifa Umaimah, Arita, Nada Alesandro, Aldila Ramrada

ABSTRAK

Kata Kunci:
Administrasi
Perpajakan;
Manajemen
Keuangan
UMKM;
Pemasaran
Digital;
Pemberdayaan
UMKM

Pelaku UMKM di Kelurahan Temberan, Kota Pangkalpinang menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan administrasi perpajakan. Pemetaan awal terhadap 32 mitra menunjukkan bahwa 84,4% belum memanfaatkan fitur niaga pada media sosial, 78,1% masih mencampurkan keuangan pribadi dan usaha, 71,9% belum melakukan pencatatan keuangan, dan 75,0% belum memiliki NPWP. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui penguatan pemasaran digital, pengelolaan keuangan sederhana, dan administrasi perpajakan. Program dilaksanakan pada Juni-Juli 2026 menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) melalui lima fase: pemetaan partisipatif, perencanaan bersama, pelaksanaan aksi, pendampingan praktik, serta refleksi dan evaluasi. Evaluasi dilakukan terhadap perubahan pengetahuan dan praktik peserta. Rerata pengetahuan agregat meningkat dari 38,8 menjadi 78,7 dengan N-Gain 0,65 (kategori sedang). Pada tingkat praktik, 78,1% peserta mampu memanfaatkan kanal pemasaran digital dan menyusun draf konten promosi, 65,6% mampu melakukan pencatatan arus kas sekaligus memisahkan transaksi pribadi dan usaha, dan 17 dari 24 peserta (70,8%) yang belum memiliki NPWP berhasil menyelesaikan proses registrasi. Lima dari enam indikator program tercapai. Temuan utama menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan praktik pada pengelolaan keuangan: bidang ini memperoleh N-Gain tertinggi (0,71), tetapi capaian praktik terendah karena transaksi usaha sebagian peserta masih beririsan dengan kebutuhan rumah tangga. Keberlanjutan program diperkuat melalui enam kader pendamping sebaya, perangkat pencatatan sederhana, dukungan kelembagaan TP PKK, dan konsultasi lanjutan. Hasil kegiatan menegaskan pentingnya pendampingan berbasis praktik untuk mendorong perubahan kapasitas menjadi kebiasaan pengelolaan usaha yang lebih mandiri.

PENDAHULUAN

Transformasi ekonomi digital membuka peluang bagi usaha mikro untuk memperluas pasar melalui *social commerce*, termasuk platform berbasis video pendek seperti TikTok. Pemanfaatan platform ini relatif terjangkau bagi pelaku usaha karena dapat digunakan untuk promosi dan menjangkau konsumen tanpa bergantung pada etalase fisik maupun biaya pemasaran yang besar (Komaladewi et al., 2025). Salah satu fitur yang berkembang adalah TikTok Affiliate yang menghubungkan produk dengan kreator atau afiliator dalam ekosistem pemasaran digital (Apriyanto & Affar, 2025). Pemanfaatan TikTok sebagai media pemasaran telah dilaporkan berkontribusi terhadap perluasan jangkauan pasar UMKM (Aji et al., 2022; Harahap & Sajali, 2024).

Perluasan pemasaran digital, however, perlu didukung oleh kemampuan pengelolaan keuangan dan tertib administrasi usaha. Literasi digital dan keuangan merupakan kapasitas yang saling melengkapi dalam menjaga

keberlanjutan UMKM (Putra et al., 2023). Peningkatan penjualan tidak selalu memperkuat usaha apabila pelaku UMKM masih mencampurkan keuangan pribadi dan usaha serta tidak melakukan pencatatan transaksi secara teratur. Pemenuhan administrasi perpajakan, termasuk kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), menjadi bagian penting dalam meningkatkan kesiapan pelaku usaha untuk berinteraksi dengan lembaga formal dan mengembangkan usahanya (Ningsih et al., 2019).

Permasalahan tersebut ditemukan pada pelaku UMKM di Kelurahan Temberan, Kecamatan Bukit Intan, Kota Pangkalpinang. Pendataan awal bersama perangkat kelurahan mengidentifikasi 41 pelaku usaha mikro aktif yang sebagian besar bergerak di bidang usaha kuliner dan olahan pangan, kerajinan dan konveksi, perdagangan eceran, serta jasa. Survei terhadap 32 pelaku usaha yang menjadi peserta kegiatan menunjukkan bahwa 26 orang (81,2%) masih memasarkan produk melalui jaringan tetangga dan pesan langsung, sedangkan 27 orang (84,4%) belum menggunakan fitur niaga pada media sosial. Pada aspek keuangan, 25 orang (78,1%) masih mencampurkan kas pribadi dengan kas usaha dan 23 orang (71,9%) belum melakukan pencatatan keuangan. Selain itu, 24 orang (75,0%) belum memiliki NPWP dan 28 orang (87,5%) belum pernah mengakses pembiayaan formal.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persoalan mitra tidak hanya terletak pada keterbatasan pemasaran, tetapi juga pada tata kelola keuangan dan kesiapan administrasi perpajakan. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dalam penguatan kapasitas usaha. Perluasan pasar tanpa kemampuan menghitung biaya dan laba berpotensi tidak menghasilkan penguatan modal, sedangkan lemahnya administrasi usaha dapat membatasi interaksi UMKM dengan lembaga formal. Karena itu, peningkatan kapasitas UMKM memerlukan intervensi yang tidak berhenti pada kemampuan promosi digital, tetapi juga mendorong terbentuknya praktik pengelolaan keuangan dan administrasi usaha yang tertib.

Sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya telah memberikan pelatihan pemasaran melalui TikTok (Bandawaty et al., 2024; Novita, 2025), pencatatan dan pemisahan keuangan pribadi-usaha (Khodijah & Sitha, 2025; Rahmiyanti et al., 2025), serta pendampingan administrasi dan perizinan usaha (Ridwan et al., 2024). Namun, ketiga aspek tersebut lebih banyak dilaksanakan sebagai kegiatan yang berdiri sendiri. Kegiatan ini mengintegrasikan pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan administrasi perpajakan dalam satu rangkaian pemberdayaan pada kelompok mitra yang sama. Integrasi tersebut dimaksudkan agar pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu menerapkannya dalam praktik pengelolaan usaha.

Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang menempatkan mitra sebagai pihak yang terlibat dalam identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan aksi, pendampingan, serta refleksi dan evaluasi. Pendekatan partisipatif dipilih untuk mendorong perubahan praktik dan kemandirian mitra, bukan sekadar peningkatan pengetahuan (Asmoro et al., 2021; Fuadi et al., 2025). Kerangka pemecahan masalah kegiatan disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah Kegiatan Penyuluhan Terintegrasi

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Kelurahan Temberan melalui tiga aspek yang saling berkaitan, yaitu: (1) meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemanfaatan TikTok sebagai kanal pemasaran digital, termasuk pengenalan mekanisme TikTok Affiliate; (2) meningkatkan kemampuan memisahkan keuangan pribadi dan usaha serta melakukan pencatatan arus kas sederhana; dan (3) meningkatkan pemahaman administrasi perpajakan serta mendampingi peserta yang memenuhi persyaratan dalam proses registrasi NPWP. Capaian program diarahkan tidak hanya pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada terbentuknya keterampilan, perubahan praktik pengelolaan usaha, dan mekanisme pendampingan yang mendukung keberlanjutan pemberdayaan mitra.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan dilaksanakan pada Juni–Juli 2026 di Sekretariat Tim Penggerak PKK Kelurahan Temberan, Kecamatan Bukit Intan, Kota Pangkalpinang. Pemetaan kebutuhan dilakukan pada Juni 2026, dilanjutkan dengan pelatihan inti dan pendampingan selama empat minggu. Mitra kegiatan adalah pelaku UMKM dan usaha rumahan yang ditentukan secara purposif bersama perangkat kelurahan dan pengurus TP PKK dengan kriteria memiliki atau sedang merintis usaha, bersedia mengikuti rangkaian kegiatan, dan memiliki telepon pintar untuk praktik. Dari 41 pelaku usaha yang teridentifikasi, 32 orang mengikuti kegiatan, terdiri atas 27 perempuan dan 5 laki-laki dengan bidang usaha kuliner dan olahan pangan, kerajinan dan konveksi, perdagangan eceran, serta jasa.

Kegiatan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang menempatkan mitra sebagai pihak yang terlibat dalam identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan aksi, pendampingan, serta refleksi dan evaluasi (Kemmis, 2006). Lima fase PAR tersebut menaungi sebelas aktivitas operasional yang sebelumnya dirancang bersama mitra. Tahapan PAR dibedakan dari aktivitas teknis pelaksanaan sebagaimana disajikan pada Gambar 2 dan Tabel 1.



Siklus refleksi-aksi berulang (Participatory Action Research)

Gambar 2. Lima Fase Pelaksanaan Kegiatan Berbasis PAR

Tabel 1. Fase PAR, Kegiatan, Metode, dan Luaran

Fase PAR	Kegiatan operasional	Metode	Luaran
I. Pemetaan partisipatif	Survei awal dan identifikasi kebutuhan	Observasi, wawancara, dan kuesioner pemetaan bersama mitra	Profil masalah dan prioritas kebutuhan 32 mitra
II. Perencanaan bersama	Penetapan materi, jadwal, strategi pendampingan, dan indikator keberhasilan	Diskusi terarah bersama perangkat kelurahan, TP PKK, dan perwakilan UMKM	Kesepakatan program dan indikator keberhasilan
III.	Pelatihan pemasaran	Ceramah interaktif,	Pengetahuan dan

Fase PAR	Kegiatan operasional	Metode	Luaran
Pelaksanaan aksi	digital dan pengenalan TikTok Affiliate; pelatihan pengelolaan keuangan dan pencatatan arus kas; edukasi administrasi perpajakan	demonstrasi, studi kasus, dan praktik menggunakan produk serta transaksi usaha peserta	keterampilan pada tiga bidang meningkat
IV. Pendampingan praktik	Praktik pemasaran digital, pencatatan arus kas, registrasi NPWP, serta konsultasi masalah usaha	Praktik terbimbing, pendampingan berpasangan dan individual	Kanal pemasaran digital, catatan arus kas, dan registrasi NPWP
V. Refleksi dan evaluasi	Pascates, observasi praktik, kuesioner kepuasan, refleksi, pembentukan kader, dan penyerahan perangkat pendukung	Evaluasi partisipatif dan diskusi reflektif	Data capaian, kelompok kader, perangkat pendampingan, dan rencana tindak lanjut

Evaluasi menggunakan: (1) kuesioner pemetaan awal sebanyak 18 butir mengenai profil usaha, pemasaran, pengelolaan keuangan, dan administrasi perpajakan; (2) tes pengetahuan prates–pascates sebanyak 24 butir; (3) lembar observasi praktik untuk menilai keterampilan pemasaran digital dan pencatatan arus kas; dan (4) kuesioner kepuasan berskala Likert. Tes ditelaah oleh dua dosen bidang pemasaran dan akuntansi serta diujicobakan kepada 10 pelaku usaha di luar peserta dengan koefisien reliabilitas Cronbach's alpha 0,81. Indikator keberhasilan ditetapkan bersama mitra sebelum pelaksanaan kegiatan.

Tabel 2. Indikator Keberhasilan Program

Bidang	Indikator keberhasilan	Evaluasi
Pengetahuan	Rerata pascates ≥ 75 dan N-Gain $\geq 0,30$	Prates–pascates dan N-Gain
Pemasaran digital	$\geq 70\%$ peserta mampu memanfaatkan kanal pemasaran digital dan menyusun minimal satu draf konten	Observasi praktik
Pengelolaan keuangan	$\geq 70\%$ peserta mampu mengisi arus kas dan memisahkan pos pribadi–usaha	Observasi dan berkas praktik
Administrasi perpajakan	$\geq 60\%$ peserta yang belum memiliki NPWP menyelesaikan proses registrasi	Verifikasi registrasi/NPWP
Kepuasan	Rerata $\geq 4,00$ dari skala 5	Kuesioner
Keberlanjutan	Terbentuk kelompok kader pendamping sebaya ≥ 5 orang	Verifikasi dokumen

Evaluasi diarahkan pada tiga tingkat perubahan, yaitu pengetahuan, keterampilan, dan praktik. Perubahan pengetahuan dianalisis melalui perbandingan skor prates-pascates dan N-Gain dengan kategori rendah ($g < 0,30$), sedang ($0,30 \leq g < 0,70$), dan tinggi ($g \geq 0,70$) (Firdaus & Khalifatulloh, 2025). Uji t berpasangan digunakan sebagai analisis pendukung setelah asumsi normalitas terpenuhi. Perubahan keterampilan dan praktik dianalisis secara deskriptif berdasarkan persentase peserta yang mampu memanfaatkan kanal pemasaran digital, menyusun catatan arus kas, dan menyelesaikan registrasi NPWP. Data hasil diskusi dan refleksi dianalisis secara tematik untuk menjelaskan faktor pendukung, hambatan penerapan, dan kebutuhan tindak lanjut.

Kegiatan memperoleh izin dari Lurah Temberan dan pengurus TP PKK. Peserta memperoleh penjelasan mengenai tujuan kegiatan dan penggunaan data serta memberikan persetujuan sebelum mengikuti evaluasi. Identitas peserta disajikan secara agregat, sedangkan dokumentasi kegiatan digunakan atas persetujuan peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemetaan Partisipatif dan Penetapan Prioritas Mitra

Pemetaan partisipatif menjadi dasar penetapan intervensi dengan melibatkan pelaku UMKM, perangkat Kelurahan Temberan, dan pengurus TP PKK dalam mengidentifikasi kondisi usaha serta menentukan kebutuhan prioritas. Hasil pemetaan terhadap 32 mitra menunjukkan tiga persoalan utama, yaitu keterbatasan pemanfaatan pemasaran digital, belum tertibnya pengelolaan keuangan usaha, dan rendahnya kesiapan administrasi perpajakan. Sebanyak 26 peserta (81,2%) masih mengandalkan jaringan tetangga dan pesan langsung untuk pemasaran, sedangkan 27 peserta (84,4%) belum memanfaatkan fitur niaga pada media sosial. Pada aspek keuangan, 25 peserta (78,1%) masih mencampurkan kas pribadi dengan kas usaha dan 23 peserta (71,9%) belum melakukan pencatatan transaksi. Pada aspek administrasi perpajakan, 24 peserta (75,0%) belum memiliki NPWP. Selain itu, 28 peserta (87,5%) belum pernah mengakses pembiayaan formal.

Proses pemetaan menghasilkan temuan penting bahwa prioritas yang dirasakan mitra tidak sepenuhnya sama dengan perkiraan awal tim pengabdian. Tim semula memperkirakan pemasaran digital sebagai kebutuhan utama, tetapi dalam diskusi partisipatif mitra justru menempatkan pengelolaan keuangan sebagai prioritas pertama. Peserta menilai peningkatan penjualan belum tentu memperkuat usaha apabila penerimaan, pengeluaran, dan laba tidak dapat diketahui secara jelas. Temuan ini menunjukkan fungsi penting pemetaan

partisipatif dalam menggeser rancangan kegiatan dari pendekatan yang semata-mata ditentukan oleh tim pengabdian menuju intervensi yang bertolak dari kebutuhan aktual mitra.

Berdasarkan kesepakatan tersebut, program diarahkan pada tiga bentuk penguatan yang saling berkaitan: pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar, pengelolaan keuangan sederhana untuk membantu mitra memisahkan keuangan pribadi dan usaha serta mengetahui arus kas, dan administrasi perpajakan untuk meningkatkan kesiapan administratif pelaku usaha. Hasil pemetaan, akar masalah, dan intervensi yang disepakati bersama mitra dirangkum pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pemetaan Kebutuhan dan Intervensi yang Disepakati Bersama Mitra (N = 32)

Kondisi mitra	Data awal	Masalah yang teridentifikasi	Intervensi yang disepakati
Pemasaran masih mengandalkan jaringan tetangga dan pesan langsung	26 (81,2%)	Jangkauan pasar terbatas	Pelatihan pemasaran digital
Belum memanfaatkan fitur niaga pada media sosial	27 (84,4%)	Keterampilan pemanfaatan media digital untuk pemasaran masih terbatas	Pengenalan TikTok Affiliate dan praktik pemasaran digital
Kas pribadi dan usaha masih bercampur	25 (78,1%)	Pemisahan keuangan rumah tangga dan usaha belum diterapkan	Pelatihan pemisahan keuangan pribadi-usaha
Belum melakukan pencatatan transaksi	23 (71,9%)	Arus kas dan laba-rugi sulit diketahui	Praktik pencatatan arus kas sederhana
Belum memiliki NPWP	24 (75,0%)	Administrasi perpajakan belum tertib	Edukasi perpajakan dan pendampingan registrasi NPWP
Belum pernah mengakses pembiayaan formal	28 (87,5%)	Kesiapan administratif dan pencatatan keuangan masih terbatas	Penguatan administrasi dan pengelolaan keuangan usaha

Penguatan Kapasitas Pemasaran Digital

Penguatan kapasitas pemasaran digital dilakukan melalui penyampaian materi dan praktik terbimbing dengan menggunakan produk yang benar-benar dipasarkan oleh peserta sebagai bahan pembelajaran. Materi mencakup pemanfaatan TikTok sebagai kanal pemasaran, pengenalan mekanisme TikTok Affiliate, pengelolaan etalase produk, serta penyusunan konten promosi.

Penggunaan produk mitra sebagai contoh dimaksudkan agar peserta dapat langsung menghubungkan materi dengan kebutuhan usahanya. Praktik dilakukan secara berpasangan menggunakan gawai peserta dengan pendampingan mahasiswa, sehingga peserta yang lebih terbiasa menggunakan media digital dapat membantu peserta yang masih mengalami kendala teknis (Gambar 3).



Gambar 3. Pelatihan dan praktik pemasaran digital bersama pelaku UMKM Kelurahan Temberan

Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan pemasaran digital dari rerata skor prates 42,8 menjadi 79,4 pada pascates dengan N-Gain 0,64 (kategori sedang). Peningkatan pengetahuan tersebut diikuti oleh perubahan pada tingkat keterampilan: 25 dari 32 peserta (78,1%) mampu mengaktifkan kanal pemasaran digital yang digunakan dalam pelatihan dan menyusun sekurang-kurangnya satu draf konten promosi. Capaian ini melampaui indikator keberhasilan sebesar 70% dan menunjukkan bahwa pelatihan tidak berhenti pada pemahaman konsep, tetapi telah mendorong sebagian besar peserta untuk mencoba praktik pemasaran digital pada usaha masing-masing.

Meskipun demikian, perubahan keterampilan belum terjadi secara merata. Tujuh peserta yang belum menyelesaikan praktik seluruhnya berusia di atas 45 tahun dan membutuhkan pendampingan lanjutan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa keberhasilan adopsi pemasaran digital tidak hanya ditentukan oleh penyampaian materi, tetapi juga oleh tingkat literasi digital awal dan intensitas pendampingan. Penggunaan praktik langsung dan pendampingan berpasangan membantu mengurangi kesenjangan tersebut karena kendala teknis dapat diselesaikan ketika peserta melakukan praktik. Pola ini sejalan dengan kegiatan Bandawaty et al. (2024) dan Novita (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran berbasis TikTok dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam

memanfaatkan media digital untuk promosi dan memperluas jangkauan pemasaran.

Dari perspektif pemberdayaan, capaian tersebut menunjukkan pergeseran awal dari pengetahuan menuju keterampilan dan praktik. Namun, keberhasilan mengaktifkan kanal pemasaran dan membuat draf konten belum dapat diartikan sebagai peningkatan penjualan atau keberlanjutan pemasaran digital. Karena itu, pendampingan lanjutan tetap diperlukan untuk memastikan peserta mampu memproduksi konten secara mandiri dan menggunakan kanal tersebut secara konsisten setelah program berakhir.

Penguatan Pengelolaan Keuangan Usaha

Penguatan pengelolaan keuangan dirancang berdasarkan prioritas yang ditetapkan mitra pada tahap pemetaan. Materi disampaikan melalui prinsip sederhana “Pisahkan, Hitung, Catat”, yaitu memisahkan keuangan pribadi dan usaha, menghitung biaya dan hasil usaha, serta mencatat arus kas secara teratur (Gambar 4). Pendekatan tersebut digunakan agar pencatatan tidak dipahami sebagai kegiatan administratif yang berdiri sendiri, tetapi sebagai bagian dari upaya mengetahui kondisi keuangan dan hasil usaha.



Gambar 4. Pelatihan “Pisahkan, Hitung, Catat” dan Praktik Pencatatan Keuangan

Evaluasi menunjukkan bahwa bidang pengelolaan keuangan mengalami peningkatan pengetahuan tertinggi di antara tiga bidang intervensi. Rerata skor peserta meningkat dari 38,5 pada prates menjadi 82,1 pada pascates dengan N-Gain 0,71 (kategori tinggi). Namun, peningkatan pengetahuan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan menerapkannya. Dari 32 peserta, hanya 21 orang (65,6%) yang mampu mengisi format arus kas satu periode dengan benar sekaligus memisahkan pos pribadi dan usaha. Capaian tersebut masih berada di

bawah indikator keberhasilan sebesar 70%.

Perbedaan antara capaian pengetahuan dan praktik menjadi temuan penting dalam kegiatan ini. Sebanyak 11 peserta yang belum berhasil menerapkan pencatatan berasal dari usaha kuliner dan perdagangan eceran, yaitu jenis usaha yang transaksi pembelian bahan atau barangnya sering bersinggungan dengan konsumsi rumah tangga. Kesulitan terutama muncul ketika peserta harus menggolongkan pengeluaran campuran, misalnya bahan yang dibeli dalam satu transaksi tetapi digunakan sebagian untuk usaha dan sebagian untuk kebutuhan keluarga. Kondisi serupa juga ditemukan dalam pendampingan pengelolaan keuangan UMKM perempuan yang menunjukkan bahwa pemisahan keuangan pribadi dan usaha merupakan salah satu tantangan dalam pembentukan praktik pengelolaan keuangan yang tertib (Karnasi et al., 2025).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan tidak secara otomatis menghasilkan perubahan praktik. Peserta telah memahami pentingnya pemisahan keuangan, tetapi karakter usaha rumahan membuat batas antara transaksi rumah tangga dan transaksi usaha tidak selalu mudah ditentukan. Jadi, hambatan yang ditemukan tidak semata-mata berkaitan dengan kemampuan melakukan pencatatan, tetapi juga dengan kebiasaan pengelolaan transaksi yang telah menyatu dengan aktivitas rumah tangga. Hal ini memperkuat pandangan bahwa pengelolaan keuangan sederhana bagi UMKM perlu disesuaikan dengan karakter transaksi usaha peserta, bukan hanya mengajarkan format pembukuan yang seragam (Safitri, 2023).

Implikasinya, pendampingan selanjutnya perlu memberi perhatian khusus pada pengeluaran campuran (*mixed expenses*) melalui contoh transaksi nyata dan aturan penggolongan yang sederhana. Format pencatatan satu lembar juga perlu dilengkapi dengan petunjuk untuk membedakan pengeluaran usaha, pengeluaran pribadi, dan transaksi yang digunakan untuk keduanya. Pendampingan semacam ini diperlukan untuk memperkecil kesenjangan antara memahami konsep dan mampu menerapkannya secara konsisten, sehingga peningkatan pengetahuan dapat berkembang menjadi kebiasaan pengelolaan keuangan yang lebih mandiri.

Penguatan Administrasi Perpajakan melalui Pendampingan NPWP

Penguatan administrasi perpajakan diawali dengan identifikasi persepsi dan kekhawatiran peserta mengenai kepemilikan NPWP. Diskusi menunjukkan bahwa sebagian peserta menganggap kepemilikan NPWP secara otomatis menimbulkan beban pajak yang memberatkan, sedangkan sebagian lainnya memandang proses registrasi sebagai prosedur yang rumit. Karena itu, edukasi

diarahkan pada pemahaman fungsi NPWP, hak dan kewajiban perpajakan, serta prosedur registrasi yang relevan bagi pelaku usaha mikro. Pendekatan yang dimulai dari persepsi peserta penting karena pemahaman dan manfaat yang dirasakan turut memengaruhi kepatuhan administratif wajib pajak UMKM (Henny, 2022; Kurniasi & Halimatusyadiah, 2019).

Evaluasi menunjukkan bahwa rerata pengetahuan administrasi perpajakan meningkat dari 35,2 pada prates menjadi 74,6 pada pascates dengan N-Gain 0,61 (kategori sedang). Meskipun peningkatannya cukup besar, skor pascates masih sedikit di bawah target 75. Dibandingkan dengan dua bidang lainnya, capaian ini mengindikasikan bahwa materi perpajakan relatif lebih sulit dipahami peserta karena sebagian konsep dan prosedurnya belum akrab dengan pengalaman pengelolaan usaha sehari-hari. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya penyampaian materi perpajakan secara bertahap dengan contoh yang lebih dekat dengan karakter usaha mikro.

Peningkatan pengetahuan diikuti oleh tindakan administratif melalui pendampingan registrasi NPWP secara individual menggunakan gawai peserta. Dari 24 peserta yang pada pemetaan awal belum memiliki NPWP, sebanyak 17 orang (70,8%) berhasil menyelesaikan proses registrasi pada rangkaian kegiatan. Capaian tersebut melampaui indikator keberhasilan sebesar 60%. Sementara itu, tujuh peserta belum menyelesaikan proses karena empat peserta mengalami kendala pemadanan data kependudukan, dua peserta belum melengkapi dokumen yang diperlukan, dan satu peserta mengalami kendala jaringan. Peserta tersebut selanjutnya diarahkan pada pendampingan lanjutan.

Capaian tersebut menunjukkan bahwa penguatan administrasi perpajakan membutuhkan lebih dari sekadar penyampaian informasi. Pendampingan pada saat peserta menjalankan prosedur administratif menjadi jembatan antara mengetahui prosedur dan mampu melaksanakannya. Temuan ini memiliki pola yang sejalan dengan kegiatan pendampingan administratif UMKM yang menekankan pentingnya bantuan langsung dalam membantu pelaku usaha menghadapi prosedur formal (Ridwan et al., 2024). Namun, hasil kegiatan ini dibatasi pada peningkatan pemahaman dan penyelesaian registrasi NPWP; kepemilikan NPWP tidak diposisikan sebagai ukuran legalitas usaha maupun sebagai bukti bahwa peserta telah memenuhi seluruh aspek administrasi usaha.

Capaian, Hambatan, dan Keberlanjutan Pemberdayaan

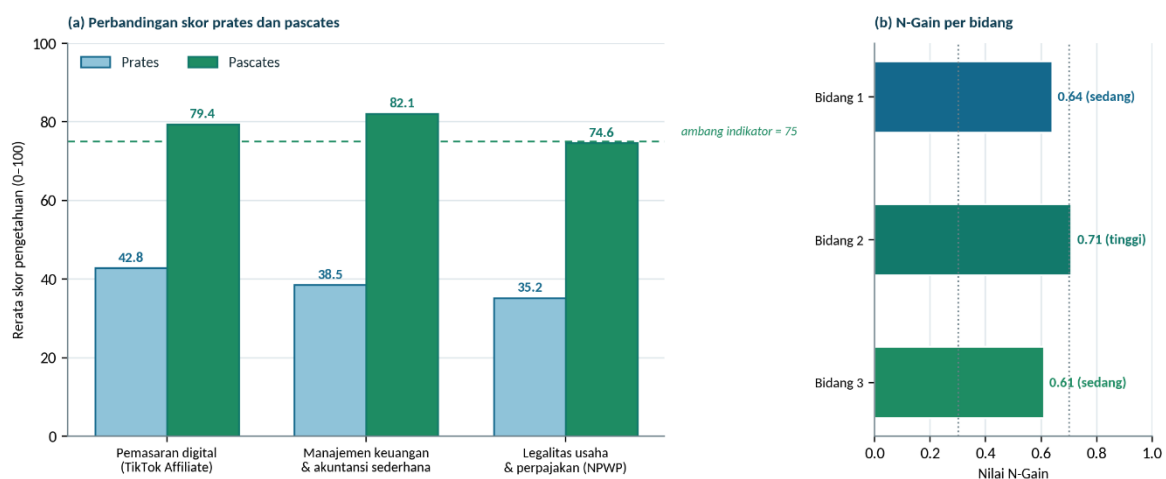
Secara keseluruhan, kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas mitra pada tiga bidang intervensi. Rerata pengetahuan agregat meningkat dari 38,8 menjadi 78,7 dengan N-Gain 0,65 (kategori sedang). Peningkatan tertinggi terjadi pada pengelolaan keuangan (N-Gain 0,71), diikuti oleh pemasaran digital (0,64)

dan administrasi perpajakan (0,61). Namun, capaian pengetahuan tidak selalu berjalan sejajar dengan kemampuan menerapkan keterampilan. Perbedaan tersebut menjadi penting dalam menilai keberhasilan program karena pemberdayaan tidak cukup diukur berdasarkan peningkatan pemahaman, tetapi juga berdasarkan kemampuan mitra mengubah pengetahuan menjadi praktik pengelolaan usaha.

Tabel 4. Perubahan pengetahuan dan praktik peserta pada tiga bidang pemberdayaan

Bidang	Prates	Pascates	N-Gain	Capaian praktik
Pemasaran digital	42,8	79,4	0,64 (sedang)	25/32 (78,1%)
Pengelolaan keuangan	38,5	82,1	0,71 (tinggi)	21/32 (65,6%)
Administrasi perpajakan	35,2	74,6	0,61 (sedang)	17/24 (70,8%)
Agregat pengetahuan	38,8	78,7	0,65 (sedang)	—

Tabel 4 memperlihatkan pola yang berbeda pada setiap bidang. Pemasaran digital menunjukkan peningkatan pengetahuan yang diikuti oleh capaian praktik di atas target, sedangkan administrasi perpajakan menunjukkan peningkatan pengetahuan kategori sedang, tetapi menghasilkan penyelesaian registrasi di atas target. Sebaliknya, pengelolaan keuangan memperoleh N-Gain tertinggi (0,71), tetapi capaian praktiknya justru terendah (65,6%). Pola terakhir menegaskan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan praktik (*knowledge-practice gap*): memahami pentingnya pemisahan keuangan relatif lebih mudah daripada menerapkannya pada usaha rumahan yang transaksi usaha dan rumah tangganya saling beririsan. Karena itu, efektivitas pemberdayaan perlu dibaca dari kombinasi perubahan pengetahuan dan praktik, bukan dari skor pascates semata.



Gambar 5. Perbandingan Peningkatan Pengetahuan dan Capaian Praktik pada Tiga Bidang Pemberdayaan

Tabel 5. Ketercapaian Indikator Pemberdayaan

Indikator	Target	Capaian	Status
Pascates agregat dan N-Gain	≥ 75 ; $\geq 0,30$	78,7; 0,65	Tercapai
Praktik pemasaran digital	$\geq 70\%$	78,1%	Tercapai
Pencatatan dan pemisahan keuangan	$\geq 70\%$	65,6%	Belum tercapai
Registrasi NPWP	$\geq 60\%$	70,8%	Tercapai
Kepuasan peserta	$\geq 4,00/5$	4,38	Tercapai
Kader pendamping sebaya	≥ 5 orang	6 orang	Tercapai

Lima dari enam indikator program tercapai. Indikator yang belum tercapai adalah kemampuan melakukan pencatatan arus kas sekaligus memisahkan transaksi pribadi dan usaha. Hasil tersebut tidak serta-merta menunjukkan kegagalan program, tetapi mengidentifikasi aspek yang membutuhkan pendampingan lebih intensif. Seluruh 11 peserta yang belum memenuhi indikator tersebut berasal dari usaha kuliner dan perdagangan eceran yang penggunaan bahan atau barangnya kerap bercampur dengan konsumsi rumah tangga. Dengan demikian, tindak lanjut program perlu diarahkan pada penyelesaian masalah transaksi campuran, bukan mengulang materi pengetahuan yang telah dikuasai peserta.

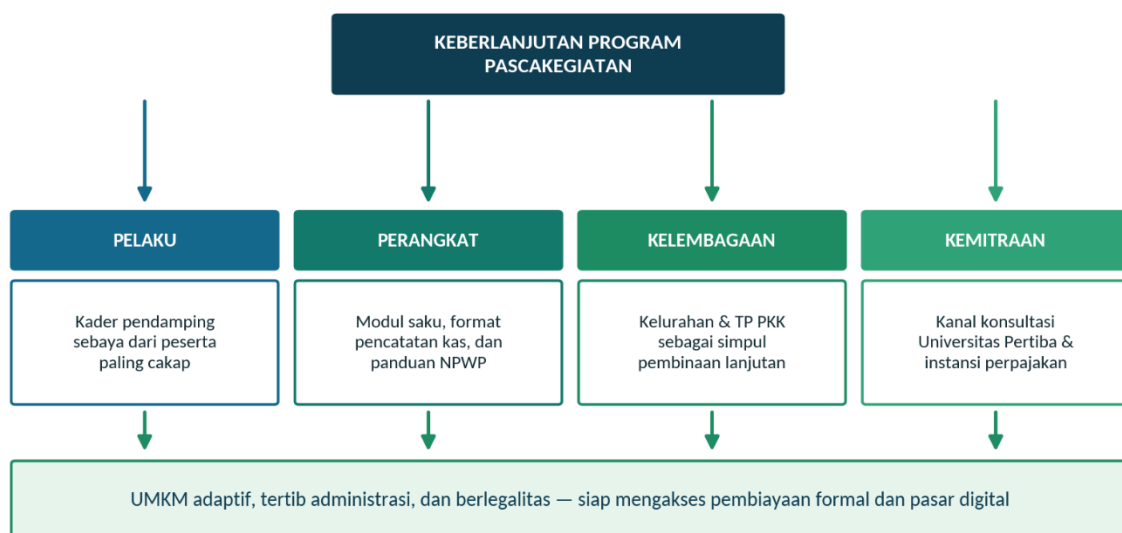
Refleksi bersama mitra mengidentifikasi tiga faktor yang mendukung capaian program, yaitu dukungan Kelurahan Temberan dan TP PKK, penggunaan produk dan transaksi peserta sebagai bahan praktik, serta pendampingan berpasangan dan individual. Dukungan kelembagaan membantu menjaga partisipasi peserta, sedangkan penggunaan kasus usaha nyata membuat materi lebih mudah dihubungkan dengan pengalaman mereka.



Gambar 6. Diskusi dan Refleksi Partisipatif Bersama Pelaku UMKM Kelurahan Temberan

Di sisi lain, perubahan praktik dipengaruhi oleh perbedaan literasi digital peserta, bercampurnya transaksi rumah tangga dan usaha, keterbatasan waktu karena peserta tetap menjalankan usahanya, serta kendala jaringan ketika registrasi NPWP dilakukan. Hambatan tersebut memperlihatkan bahwa satu bentuk pendampingan tidak dapat diterapkan secara seragam kepada seluruh peserta. Peserta dengan keterampilan digital terbatas membutuhkan pendampingan individual, sedangkan persoalan pengelolaan keuangan memerlukan latihan berulang menggunakan transaksi nyata. Hal ini mendukung temuan kegiatan pengabdian sebelumnya bahwa pendampingan pascapelatihan diperlukan untuk membantu UMKM membentuk praktik pengelolaan yang lebih konsisten (Azahra & Sundari, 2024).

Keberlanjutan program kemudian dirancang berdasarkan hambatan yang ditemukan selama pelaksanaan melalui empat unsur: pelaku, perangkat, kelembagaan, dan kemitraan. Pada unsur pelaku, dibentuk enam kader pendamping sebaya untuk membantu peserta lain, terutama 11 peserta yang belum mampu melakukan pencatatan keuangan secara tepat. Pada unsur perangkat, mitra memperoleh modul saku, format pencatatan arus kas satu lembar, dan panduan registrasi NPWP. Pada unsur kelembagaan, TP PKK dan Kelurahan Temberan mendukung penggunaan pertemuan rutin sebagai ruang pendampingan. Sementara pada unsur kemitraan, tim pengabdian menyediakan konsultasi lanjutan bagi peserta yang masih menghadapi kendala praktik dan administrasi.



Gambar 7. Model Keberlanjutan Pemberdayaan Pelaku UMKM Kelurahan Temberan

Keempat unsur tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan program mulai diarahkan dari ketergantungan pada tim pengabdian menuju penguatan kapasitas internal mitra melalui kader pendamping sebaya dan dukungan kelembagaan lokal. Meskipun demikian, keberlanjutan tersebut pada tahap ini masih merupakan mekanisme yang telah dibentuk, belum merupakan dampak jangka panjang yang dapat diklaim telah tercapai. Pemantauan lanjutan diperlukan untuk mengetahui konsistensi penggunaan kanal pemasaran digital, keberlanjutan pencatatan keuangan, penyelesaian administrasi perpajakan, serta keberfungsian kader pendamping setelah program berakhir.

KESIMPULAN

Program pemberdayaan terintegrasi pada pelaku UMKM di Kelurahan Temberan berhasil meningkatkan kapasitas mitra pada aspek pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan administrasi perpajakan. Pengetahuan peserta secara agregat meningkat dari rerata 38,8 menjadi 78,7 dengan N-Gain 0,65 (kategori sedang). Pada tingkat praktik, 78,1% peserta mampu memanfaatkan kanal pemasaran digital dan menyusun draf konten promosi, sedangkan 17 dari 24 peserta (70,8%) yang sebelumnya belum memiliki NPWP berhasil menyelesaikan proses registrasi. Dari enam indikator program, lima berhasil mencapai target. Indikator yang belum tercapai adalah kemampuan melakukan pencatatan arus kas sekaligus memisahkan transaksi pribadi dan usaha, dengan capaian 65,6% dari target 70%.

Temuan penting dari kegiatan ini adalah adanya kesenjangan antara peningkatan pengetahuan dan penerapan praktik pada pengelolaan keuangan. Bidang tersebut memperoleh peningkatan pengetahuan tertinggi (N-Gain 0,71), tetapi justru menunjukkan capaian praktik terendah. Kesulitan terutama dialami pelaku usaha kuliner dan perdagangan eceran yang transaksi usahanya sering beririsan dengan kebutuhan rumah tangga. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan belum secara otomatis menghasilkan perubahan praktik, sehingga pemberdayaan UMKM memerlukan pendampingan yang menggunakan transaksi nyata dan sesuai dengan karakter usaha mitra.

Keberlanjutan program diperkuat melalui pembentukan enam kader pendamping sebaya, penyediaan modul dan format pencatatan sederhana, dukungan pertemuan rutin TP PKK, serta konsultasi lanjutan. Program serupa disarankan untuk memberi perhatian lebih besar pada pendampingan pascapelatihan, khususnya dalam menangani transaksi campuran dan kesenjangan literasi digital peserta. Pemantauan lanjutan tetap diperlukan untuk memastikan bahwa keterampilan pemasaran digital, pencatatan keuangan,

administrasi perpajakan, dan fungsi kader pendamping dapat dipertahankan setelah program berakhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, G., Fatimah, S., Minan, F., & Azmi, M. A. (2022). Analisis Digital Marketing TikTok Live sebagai Strategi Memasarkan Produk UMKM Anjab Store. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 2(1), 13-24. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v2i1.2007>.
- Apriyanto, B., & Affar, M. (2025). The Influence of Affiliate Marketing and Promotions on the Product Purchase Decision on TikTok Social Commerce. *Kinerja*, 8(01), 141-152. <https://journal-uia.ac.id/Kinerja/article/view/4893>.
- Asmoro, A. Y., Yusrizal, F., & Saputra, I. (2021). Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Sekapuk: Sebuah Participatory Action Research. *JPPM (Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(1), 30-47. <https://doi.org/10.21831/jppm.v8i1.34144>.
- Azahra, J. A., & Sundari, S. (2024). Peran Pendampingan UMKM terhadap Pemahaman Pencatatan Keuangan Sederhana Pelaku UMKM di SWK Tanah Merah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(7), 681-687. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i7.2175>.
- Bandawaty, E., Gunardi, Kartikaningsih, D., Ramdani Rakasiwi, G., Sunaryo, & Mujiani, S. (2024). Strategi Pemasaran Digital Branding untuk UMKM Berbasis TikTok. *PADMA*, 4(2), 643-651. <https://doi.org/10.56689/padma.v4i2.1581>.
- Firdaus, J. A., & Khalifatulloh, B. D. D. (2025). Evaluasi efektivitas pelatihan UI/UX untuk petugas rekam medis menggunakan analisis N-Gain. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Komputer*, 2(3), 145-150. <https://doi.org/10.70248/jpmik.v2i3.2785>.
- Fuadi, A., Nurlaela, S., & Aziza, E. N. (2025). Pemberdayaan Petani Berbasis Participatory Action Research (PAR) untuk Meningkatkan Adopsi Budidaya Bawang Merah di Desa Tambakrejo. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 13(1), 53. <https://doi.org/10.37064/jpm.v13i1.24573>.
- Harahap, Y. A., & Sajali, H. (2024). Digital Marketing TikTok Affiliate pada Pemasaran Produk Fashion. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5), 1733-1743. <https://doi.org/10.38035/rrj.v6i5.1003>.
- Henny, W. W. (2022). Pengaruh Kemanfaatan NPWP terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Pasar Baru Jakarta. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(1), 397. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i1.17559>.
- Karnasi, R., Lestari, H. S., Faisal, A., Ramadhanti, M., & Anggraeni, D. (2025). Basic Financial Management Training for MSMEs to Enhance Efficiency and Business Sustainability: Pelatihan Manajemen Keuangan Dasar bagi UMKM untuk Meningkatkan Efisiensi dan Keberlanjutan Bisnis. *Mattawang: Jurnal*

- Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 207-214.
<https://jpabdimas.idjournal.eu/index.php/mattawang/article/view/4314>.
- Kemmis, S. (2006). Participatory Action Research and the Public Sphere. *Educational Action Research*, 14(4), 459-476.
<https://doi.org/10.1080/09650790600975593>.
- Khodijah, S., & Sitha, N. S. (2025). Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana Berbasis Excel bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berdampak*, 1(1), 8-14. <https://doi.org/10.64803/jupemba.v1i1.31>.
- Komaladewi, R., Usmanij, P., Amani, A. R., & Saputra, F. E. (2025). Exploring Social Media Marketing: A Key Driver of Social Commerce in Indonesia. *Journal of the International Council for Small Business*, 1-18.
<https://doi.org/10.1080/26437015.2025.2558206>.
- Kurniasi, D., & Halimatusyadiah, H. (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman, Kemudahan dan Manfaat yang Dirasakan Wajib Pajak UMKM terhadap Kepatuhan Memiliki NPWP (Studi Pada Wajib Pajak UMKM di Kota Bengkulu). *Jurnal Akuntansi*, 8(2), 101-110.
<https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.8.2.101-110>.
- Ningsih, N. W., Aryati, I., & Widayanti, R. (2019). Analisis Literasi Keuangan, Persyaratan Pembiayaan dan Keberlangsungan Usaha terhadap Kemudahan Akses Pembiayaan Formal pada UMKM. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).
<https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.663>.
- Novita, D. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Strategi Marketing Digital dan Affiliate Tiktok untuk Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 6(4).
<https://doi.org/10.26874/jakw.v6i4.1195>.
- Putra, A. T., Inanna, Tahir, T., Mustari, & Hasan, M. (2023). Analysis of Financial Literacy and Digital Literacy on the Sustainability of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *International Journal of Asian Business and Management*, 2(6), 977-992. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v2i6.6978>.
- Rahmiyanti, S., Ranggala, Q., Indra, J., Indradi, D., Suhatman, Z., Nurmiyanti, L., Sajid, M. R., Wajo, F., Meidina, F. T., & Fawwaz, M. I. (2025). Pelatihan Literasi Laporan Keuangan Sederhana bagi UMKM Legok: Dampak pada Praktik Pencatatan dan Profitabilitas. *Jurnal Abdi Insani*, 12(10), 5380-5390.
<https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i10.2870>.
- Ridwan, M., Rokhmawan, T., Homsah, H., Sugiyanti, R., & Afkarina, I. (2024). Pendampingan Legalitas Usaha NIB (Nomor Izin Berusaha) dan Sertifikat Halal bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Gentong. *Karya Nyata: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 92-113.
<https://doi.org/10.62951/karyanyata.v1i3.561>.
- Safitri, M. (2023). Penerapan Manajemen Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Sederhana bagi Pelaku UMKM. *Karimah Tauhid*, 2(4), 1204-1211.
<https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i4.8933>.