



PELATIHAN DAN PEMBINAAN USAHA MUSTAHIK ZAKAT BAZNAZ ROKAN HULU

Rise Karmilia¹ Almadison² Siti Rahma³, Fitri Elfiani⁴ Siska Amelya⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pasir Pengaraian

E-mail: risekarmilia@upp.ac.id, fitri.elfiani94@mail.com, sitirahmadalimunte@gmail.com,
almadison03@gmail.com

Article History:

Received: 30 Januari 2024

Revised: 15 Februari 2024

Accepted: 10 Maret 2024

Keywords: Strategi Pemasaran, Laporan Keuangan, UMKM

Abstract: Mitra pada program pengabdian masyarakat ini adalah Baznas Rokan Hulu dan para pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai Mustahik zakat Kabupaten Rokan Hulu, diperlukan sebuah kajian untuk menganalisa Strategi Pemasaran dan produksi serta Laporan Keuangan yang baik bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk membantu pemilik usaha dalam mengambil keputusan manajerial dalam menjalankan usahanya agar lebih berkembang dan tetap bisa bertahan di masa yang akan datang. Permasalahan yang terjadi pada mitra pengabdian pada masyarakat ini diantaranya yaitu belum pahamnya pemilik UMKM tentang Strategi Pemasaran dan produksi serta Laporan Keuangan yang baik, karena itu perlunya dilakukan pelatihan dan pembinaan. Dalam pengabdian ini kami membantu mitra pemilik UMKM untuk membuat target pasar, Strategi pemasaran secara Offline dan Online serta Laporan keuangan. Dengan harapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat menambah jumlah ilmu dan pengetahuan pemilik UMKM dalam menjalankan usahanya di masa yang akan datang

Pendahuluan

Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja. Sedangkan Peranan terbesar dalam pembentukan PDRB Kabupaten Rokan Hulu Pada tahun 2022, PDRB sebesar 49.614,31 Milyar Rupiah untuk Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) dan 28.093,638 Milyar Rupiah untuk Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) 2010 atau mengalami peningkatan sebesar 5,02 % dibanding tahun 2021. Dilihat dari sisi lapangan usaha, pertumbuhan tertinggi pada sektor jasa transportasi dan pergudangan sebesar 16,05 persen. Sumbangan terbesar pada tahun 2022 juga dihasilkan oleh kategori pertanian, kehutanan dan perikanan sebesar 15.141,34 miliar rupiah kemudian kategori industri pengolahan sebesar 7.791,43 miliar rupiah. Tantangan UMKM ke depan yang harus diatasi bersama



oleh segenap stakeholders terkait antara lain berkaitan dengan Pemasaran, inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan Pengelolaan Keuangan, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi, serta basis data tunggal.

Saat ini, Kadin Indonesia dan Pemerintah Indonesia tengah mendorong peningkatan kinerja UMKM nasional melalui strategi penerapan pemasaran melalui digitalisasi untuk meningkatkan daya saing, menjadi pemain global dan berorientasi ekspor. Pemerintah bersama Kadin terus mendorong agar para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia bisa memasuki ekosistem digital. Kementerian Koperasi dan UKM menargetkan UMKM yang bisa memasuki pasar digital akan naik menjadi 24 juta unit pada 2023 dan akan meningkat hingga 30 juta unit pada 2024.

Di Indonesia, peraturan terbaru yang mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini adalah Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM), yang sebelumnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Dalam Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tersebut pengertian UMKM adalah sebagai berikut : Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah ini. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha menengah sebagaimana diatur dalam Peraturan pemerintah ini (Makmur, 2020)

Mitra pada program pengabdian masyarakat ini adalah Baznas Rokan Hulu dan para pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai Mustahik zakat Kabupaten Rokan Hulu, diperlukan sebuah kajian untuk menganalisa Strategi Pemasaran dan produksi serta Laporan Keuangan yang baik untuk membantu pemilik usaha dalam mengambil keputusan manajerial dalam menjalankan usahanya untuk tetap bisa bertahan dan bersaing di masa yang akan datang.

Permasalahan yang terjadi pada mitra pengabdian pada masyarakat ini diantaranya yaitu Belum pahamnya pemilik UMKM bagaimana strategi pemasaran melalui digitalisasi untuk meningkatkan daya saing, inovasi, produktivitas dan laporan keuangan, karena itu perlunya dilakukan pelatihan dan pembinaan.

Metode Pelaksanaan

Dalam pengabdian ini, metode pelaksanaan yang dilakukan oleh tim pengabdian



adalah:

- a. Melakukan Evaluasi data usaha UMKM yang di terima sebagai Mustahik zakat baznas Rokan Hulu
- b. Mempersiapkan materi pelatihan bersama dengan tim pengabdian dari survey awal yang dilakukan kepada mitra
- c. Melakukan diskusi tentang kebutuhan mitra dalam mengembangkan Usaha sehingga mampu bersaing dan bertahan di masa yang akan datang.
- d. Memberikan materi pengetahuan dan membuka wawasan kepada mitra tentang strategi pemasaran secara offline dan online, produktivitas, legalitas, serta tata cara membuat laporan keuangan.
- e. Pelatihan tentang strategi pemasaran secara offline dan online, produktivitas, legalitas, serta tata cara membuat laporan keuangan melalui diskusi, tanya jawab tentang kendala yang di alami oleh mitra

Pendampingan tentang strategi pemasaran secara offline dan online, produktivitas, legalitas, serta tata cara membuat laporan keuangan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil yang sudah dicapai dalam pengabdian ini adalah :

- A. Memberikan pembelajaran, pendampingan, wacana dan penjelasan kepada pemilik UMKM bagaimana strategi pemasaran secara offline dan online, produktivitas, legalitas, serta tata cara membuat laporan keuangan, yaitu:

Strategi pemasaran yang baik dapat meningkatkan daya jual dan membuat perusahaan berkembang. Pelatihan strategi pemasaran ini mengajarkan pada UMKM untuk mementingkan membuat produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dan pada akhirnya akan meningkatkan penjualan produk mereka. Menjual produk bukan hal mudah, apalagi jika produk yang di miliki harus berkompetisi dengan produk serupa. Itulah sebabnya kamu perlu tahu bagaimana cara mempromosikan produk secara tepat supaya konsumen mengenal, menerima, dan tertarik membeli produk tersebut. Pemasaran *offline* merujuk pada upaya menarik konsumen tertarget dengan melakukan promosi secara fisik. Misalnya, memasang plang atau spanduk nama toko, membagikan brosur yang mengiklankan produk. Sedangkan Berlawanan dengan pemasaran *offline*, promosi *online* mengandalkan beberapa *tools* untuk memasarkan produk lewat internet. Sebut saja, penggunaan *Search Engine Optimization (SEO)*, *Search Engine Marketing (SEM)*, dan media sosial. Pendek kata, kehadiran fisik tidak dibutuhkan dalam pemasaran *online*. Calon konsumen dapat datang langsung melihat produk yang dipromosikan melalui *website*, media sosial,



atau *marketplace*. Salah satu alat yang paling laris dalam mempromosikan sebuah produk adalah sosial media. Sebab memberikan penawaran yang bisa menjangkau pelanggan baru dari berbagai wilayah bahkan luar negeri dengan cepat dan mudah. Perkembangan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah ruang lingkup dunia pemasaran. Teknik komunikasi pemasaran yang dulunya tradisional dan konvensional kini terintegrasi dengan dunia digital yang berdampak pada dunia pemasaran.

Lalu penyuluhan tentang manajemen keuangan agar mereka membuat perencanaan, pemantauan, mengontrol keuangan, menilai kelayakan investasi, mengetahui asal pembiayaan, dan modal. Tujuan manajemen keuangan adalah mengidentifikasi hal-hal yang diperlukan Usaha UMKM secara finansial untuk mencapai tujuannya, baik jangka pendek maupun panjang. Selanjutnya Izin usaha adalah persetujuan resmi yang diberikan oleh pihak yang berwenang untuk menyelenggarakan kegiatan usaha. Legalitas usaha dan izin usaha sangat penting bagi dunia bisnis, karena dengan legalitas usaha, pengusaha bisa menjalankan bisnisnya dengan aman dan nyaman. Dan yang tak kalah Penting yaitu Pelatihan Peningkatan produktivitas, yang akan berdampak luas dalam hal perbaikan kesejahteraan rakyat, karena UMKM merupakan tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM ialah melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistematis. Sehingga memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing pada daerah.

B. Tahapan pelaksanaan pengabdian yang sudah dilakukan sampai saat ini adalah:

1. Membantu dalam membuat strategi pemasaran.
2. Membantu dalam menentukan harga pokok produksi.
3. Membantu dalam membuat catatan Keuangan.
4. Membantu dalam melakukan Legalitas Usaha .

Hasil yang diharapkan pada tahap ini adalah pemilik UMKM adalah sebagai berikut :

1. Dapat mengetahui Strategi Pemasaran yang tepat
2. Dapat mengetahui Laporan keuangan seperti penjualan minimum supaya tidak mengalami kerugian dan memperoleh keuntungan yang di harapkan.
3. Dapat mengetahui cara mendaftarkan izin Usaha

Evaluasi yang dilakukan kepada mitra adalah: sebelum diadakan pengabdian ini pemilik UMKM selaku Mitra belum memahami strategi pemasaran secara offline dan online, produktivitas, legalitas, serta tata cara membuat laporan



keuangan, kemudian setelah diadakan pelatihan pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai Mustahik zakat Kabupaten Rokan Hulu sudah mulai mencoba untuk menerapkan metode yang di berikan.



Gambar 1. Penyampaian Materi Pelatihan Bersama Pemilik UMKM



Gambar 2. Penyampaian Materi Pelatihan Bersama Pemilik UMKM dan Stake Holders



Gambar 3. Penyampaian Materi Pelatihan Bersama Pemilik UMKM



Gambar 4. Penyampaian Materi Pelatihan Bersama Pemilik UMKM

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian tentang Pelatihan strategi pemasaran secara offline dan online, produktivitas, legalitas, serta tata cara membuat laporan keuangan yang baik kepada pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai Mustahik zakat Kabupaten Rokan Hulu telah berjalan dengan lancar yang diikuti oleh pelaku atau pemilik UMKM dengan semangat dan Antusias yang tinggi untuk dapat menambah pengetahuan di dalam pengembangan usaha. Mereka mau belajar untuk lebih mengerti dan memahami tentang praktik pengembangan usaha untuk dapat menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

Pelatihan ini penting untuk dilakukan terhadap pemilik UMKM di Kabupaten Rokan Hulu agar nantinya mengarah pada peningkatan pendapatan masyarakat pada



umumnya melalui pengembangan usaha UMKM. Perlu diketahui bagi para pemilik UMKM tentang bagaimana bertahan serta mengembangkan usahanya ditengah situasi bisnis yang semakin berkembang dengan persaingan yang semakin ketat.

Saran yang diajukan dalam pengabdian ini adalah Untuk membantu program Baznas ini secara berkesinambungan maka program pengabdian ini dapat dilanjutkan dengan memberikan pelatihan dengan materi serupa dalam tingkatan yang lebih tinggi atau dengan materi lain. Mitra diharapkan kedepannya lebih kreatif dan lebih inovatif lagi dalam menjalankan usahanya.

Pengakuan/Acknowledgements

Ucapan Terima kasih kepada pihak Baznas Kabupaten Rokan Hulu dan Universitas Pasir Pengaraian, yang telah memfasilitasi kegiatan ini, pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai Mustahik zakat Kabupaten Rokan Hulu selaku mitra kegiatan ini.

Daftar Referensi

- Adel, H.M., Hammad, R. (2020), *Entrepreneurial marketing Strategy, institutional environment, and business performance of SME's in Egypt.*
<https://doi.org/10.1108/JEEE-11-2019-0171>
- Dinas Koperasi UKM, Transmigrasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Rokan Hulu
Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Kabupaten Rokan Hulu, 2019
- Makmur (2012). Analisis Produktivitas dan Efisiensi Usahatani Padi Sawah di Kabupaten Rokan Hulu Program Magister (S2) Manajemen Agribisnis Program Pasca Sarjana Universitas Islam Riau Pekanbaru. Tesis
- Makmur & Purwantoro, (2020). Strategi Meningkatkan Kinerja Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa Melalui Pendekatan *Entrepreneurial Marketing*, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pasir Pengaraian
- Makmur, (2021). *Entrepreneurship Marketing* dan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Universitas Pasir pengaraian
- Maya Widyana Dewi, Indra Lila Kusuma, Tira Nur Fitria, LMS Kristiyanti, Budiyo Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM Di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia Jurnal BUDIMAS (ISSN:2715-8926) Vol. 04, No. 01, 2022
- M. Ramli (2009). Analisis Biaya Produksi Dan Titik Impas Pengolahan Ikan Salai Patin (Kasus Usaha Soleha Berseri di Air Tiris Kampar) Jurnal Perikanan dan Kelautan 14,1 (2009) : 1-11 Unri Pekanbaru.

Rahardja, Manurung, 2006, Teori Ekonomi Mikro, Edisi Ketiga, LP Fakultas Ekonomi



Tepak Sirih : Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani **Vol. 02, No. 01, Maret, 2024, pp. 1-8**

Universitas Indonesia, Jakarta.

Susanti, A., Istiyanto, B., & Jalari, M.(2020). Stretegi UKM pada masa Pandemi Covid -19, KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat. 1(2),67-74

Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah