



Dampak Bantuan Modal, Pendampingan Keuangan, dan Pelatihan Pemasaran Digital oleh BAZNAS terhadap Usaha Mikro di Kabupaten Rokan Hulu

Purwantoro¹ & Andi Afrizal²

^{1,2} Universitas Pasir Pengaraian, Rokan Hulu, Indonesia, 28557
E-mail: purwan78@gmail.com¹, andiafrizal@upp.ac.id²

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 2024-10-10

Revised : 2024-11-06

Accepted: 2024-11-19

KEYWORD

Baznas Rokan Hulu
The role of assistance
Competitive

KATA KUNCI

Baznas Rokan Hulu
Peran bantuan Kompetitif

ABSTRACT

*This study analyzes the role of BAZNAS assistance in improving the performance of micro businesses in Rokan Hulu Regency through three main aspects: **capital funding, financial management training, and digital marketing training**. Using a qualitative approach with case studies, data were collected through interviews and observations of aid recipients. The findings show that BAZNAS assistance improves the recipient's ability to manage cash flow, record transactions, and use digital media to expand market reach. The positive impact is also seen on the increase in consumer confidence and the stability of micro businesses. The recommendation of this study is for BAZNAS to expand the continuous assistance program in financial management and digital marketing to strengthen the competitiveness of micro businesses in a competitive market.*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis peran bantuan BAZNAS dalam peningkatan kinerja usaha mikro di Kabupaten Rokan Hulu melalui tiga aspek utama: **pendanaan modal, pelatihan manajemen keuangan, dan pelatihan pemasaran digital**. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi terhadap penerima bantuan. Temuan menunjukkan bahwa bantuan BAZNAS meningkatkan kemampuan penerima dalam mengelola arus kas, mencatat transaksi, dan menggunakan media digital untuk memperluas jangkauan pasar. Dampak positif juga terlihat pada peningkatan kepercayaan konsumen dan stabilitas usaha mikro. Rekomendasi penelitian ini adalah agar BAZNAS memperluas program pendampingan berkelanjutan dalam manajemen keuangan dan pemasaran digital untuk memperkuat daya saing usaha mikro di pasar yang kompetitif.

1. Pendahuluan

Program-program yang diselenggarakan oleh BAZNAS telah membantu ribuan usaha mikro di berbagai daerah di Indonesia untuk berkembang dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Melalui bantuan yang diberikan dalam bentuk modal usaha, pelatihan kewirausahaan, dan pendampingan dalam mengelola usaha, banyak pelaku usaha mikro yang berhasil mengembangkan usahanya dan meningkatkan pendapatan keluarga mereka. Selain itu, kerjasama antara BAZNAS

dengan berbagai instansi pemerintah dan lembaga lainnya juga turut memberikan dampak yang positif bagi usaha mikro di Indonesia.

Usaha mikro di Indonesia sering menghadapi tantangan besar dalam hal permodalan, manajemen keuangan, dan pemasaran. Keterbatasan akses terhadap layanan keuangan formal membuat pelaku usaha mikro sulit memperoleh modal yang memadai, sehingga menghambat pengembangan usaha dan meningkatkan risiko kebangkrutan. Selain itu, rendahnya literasi keuangan dan

pemasaran digital di kalangan pelaku usaha mikro menyebabkan banyak dari mereka kesulitan dalam mengelola keuangan dan menjangkau konsumen potensial di pasar yang semakin kompetitif.

Dalam konteks ini, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) memainkan peran penting sebagai lembaga yang tidak hanya memberikan bantuan finansial, tetapi juga melengkapi penerima bantuan dengan keterampilan dasar yang dibutuhkan untuk keberlangsungan usaha. Melalui program bantuan berupa **pendanaan modal, pelatihan manajemen keuangan, dan pelatihan pemasaran digital**, BAZNAS berupaya meningkatkan kapasitas usaha mikro agar lebih mandiri dan mampu bertahan dalam persaingan pasar. Bantuan ini tidak hanya bertujuan untuk mendukung kelangsungan usaha, tetapi juga memberdayakan pelaku usaha mikro sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka dan berkontribusi terhadap pengurangan kemiskinan di tingkat lokal.

Pentingnya bantuan ini terletak pada kemampuannya untuk menjawab permasalahan mendasar yang dihadapi usaha mikro, khususnya di wilayah pedesaan dan semi-urban yang aksesnya terbatas terhadap sumber daya komersial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas program bantuan BAZNAS, serta dampaknya terhadap kemampuan pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran usaha mikro di Kabupaten Rokan Hulu.

BAZNAS memainkan peran penting dalam meningkatkan manajemen keuangan dan strategi pemasaran usaha mikro melalui berbagai program dan inisiatif. Salah satu peran kunci BAZNAS adalah memberikan bantuan manajemen keuangan kepada pedagang kaki lima dan usaha mikro, seperti yang terlihat dalam kerjasama dengan Badan Nasional Amil Zakat (Baznas) Provinsi Sulawesi Tengah, di mana bantuan manajemen keuangan diberikan kepada pedagang kaki lima di Pasar Tradisional Manonda. Inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang manajemen keuangan yang efektif di antara vendor, memastikan keberlanjutan bisnis mereka (Muliati & Pattawe, 2022). Selain itu, BAZNAS menerapkan program-program seperti Keuangan Mikro Desa, yang memanfaatkan zakat untuk usaha produktif, memberikan modal kepada individu yang lemah secara ekonomi (mustahiq) dengan komitmen untuk kewirausahaan. Program ini menggunakan kontrak syirkah mudharabah untuk memberdayakan masyarakat secara ekonomi, bertujuan untuk mengubah mustahiq menjadi muzzaki, sehingga mengurangi kemiskinan dan ketergantungan pada

rentenir (Nurfiyanti & Khanifa, 2021)]. Selain itu, BAZNAS mendukung usaha mikro dan kecil dengan meningkatkan manajemen keuangan dan pemasaran mereka melalui pelatihan dan lokakarya, yang membantu UKM membuat laporan keuangan yang lebih baik dan mengelola keuangan secara efektif, memfasilitasi akses ke kredit bisnis (Ellitan, 2017)]. Di Kabupaten Sumenep, BAZNAS memberikan bantuan dalam administrasi keuangan dan strategi pemasaran kepada BUMDesa DINDA, membantu mereka menganalisis potensi lokal untuk pendapatan tambahan dan menerapkan praktik keuangan dan promosi yang tepat (Yandari et al., 2023)]. Program MAWAR di Kota Semarang mencontohkan peran BAZNAS dalam inklusi keuangan berbasis syariah, menawarkan bantuan pendanaan tanpa biaya tambahan kepada UMKM, sehingga mempromosikan perusahaan yang kompetitif dan mandiri (Chasanah et al., 2021). Peran BAZNAS yang lebih luas dalam meningkatkan perekonomian rakyat termasuk meningkatkan modal mustahik, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan menyebarkan nilai-nilai zakat, yang sangat penting untuk pemberdayaan keuangan (Fauza, 2023)]. Di Sumenep, BAZNAS berfokus pada bantuan modal bagi UMKM, mendukung mereka melalui dana zakat, infaq, dan sadaqah, meskipun tantangan seperti praktik bisnis yang tidak konsisten dan kesulitan modal tetap ada (Yusfardian & Choiri, 2023). Pelatihan manajemen pemasaran adalah bidang penting lainnya di mana BAZNAS berkontribusi, seperti yang terlihat di Desa Gunungsari, di mana pelatihan diberikan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran UMKM, mengatasi tantangan seperti kurangnya pemahaman tentang konsep pemasaran yang efektif (Fitriani et al., 2023)]. Program BUMI di Kabupaten Sukabumi lebih lanjut menggambarkan upaya BAZNAS dalam memberdayakan mustahiq melalui dukungan spiritual dan material, meskipun tantangan seperti orientasi konsumtif dan bantuan terbatas tetap ada (Khatimah &

Nuradi, 2023) ("Empowerment of Mustahiq BAZNAS Kab. Sukabumi through the Micro-Enterprise Awakening Program (BUMI) Based on the Village Mosque of Zakat Civilization (DPZ)", 2023)]. Secara keseluruhan, bantuan BAZNAS dalam manajemen keuangan dan strategi pemasaran beragam, mengatasi literasi keuangan dan tantangan pemasaran, sehingga memberdayakan usaha mikro untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan dan kemandirian ekonomi. Melalui program-program yang terintegrasi dan berkelanjutan, para pelaku usaha mikro mendapatkan akses lebih luas terhadap

sumber daya dan informasi yang dapat membantu mereka mengembangkan usahanya dengan lebih baik. Dengan adanya bantuan dari lembaga zakat seperti BAZNAS, para pelaku usaha mikro di Indonesia merasa didukung dan terbantu dalam memperjuangkan kelangsungan usaha mereka. Hal ini turut mendorong semangat dan motivasi para pelaku usaha mikro untuk terus berkembang dan berinovasi dalam menghadapi berbagai tantangan yang ada. Dengan demikian, bantuan dari BAZNAS tidak hanya memberikan dorongan yang signifikan bagi usaha mikro di Indonesia, tetapi juga memberikan harapan dan peluang yang lebih besar bagi mereka untuk meraih kesuksesan di masa depan. Dengan adanya bantuan tersebut, usaha mikro dapat memperoleh akses yang lebih baik dalam mengelola keuangan mereka, sehingga mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Selain itu, bantuan dari BAZNAS juga membantu usaha mikro dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka. Dengan memperoleh pelatihan dan pendampingan dari ahli yang terkait, usaha mikro dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peran bantuan dari BAZNAS sangat penting dalam mendukung pertumbuhan usaha mikro di Indonesia. Dengan adanya bantuan yang diberikan oleh lembaga zakat seperti BAZNAS, usaha mikro memiliki peluang yang lebih besar untuk terus berkembang secara berkelanjutan. Bantuan tersebut dapat berupa modal usaha, pelatihan keterampilan, atau bantuan teknis lainnya yang meningkatkan kemampuan dan daya saing usaha mikro. Dengan adanya dukungan dari lembaga zakat, pemilik usaha mikro dapat meningkatkan kualitas produk atau jasa yang mereka tawarkan, mengembangkan pasar baru, dan meningkatkan produksi. Hal ini tidak hanya menguntungkan pemilik usaha mikro itu sendiri, tetapi juga bagi perekonomian negara secara keseluruhan. Dengan pertumbuhan usaha mikro yang berkelanjutan, akan tercipta lapangan kerja baru, pendapatan masyarakat meningkat, dan kemiskinan dapat dikurangi. Selain itu, usaha mikro yang berkembang juga akan memperkuat daya saing ekonomi negara dalam kancah global. Oleh karena itu, dukungan dari lembaga zakat seperti BAZNAS sangatlah penting dalam mendukung pertumbuhan usaha mikro. Dengan adanya bantuan dan pendampingan yang berkualitas, usaha mikro dapat terus berkembang dan memberikan dampak positif bagi perekonomian negara. Dengan pertumbuhan usaha mikro yang berkelanjutan,

mereka dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam menopang pertumbuhan ekonomi negara. Kerjasama antara usaha mikro dan lembaga zakat seperti BAZNAS sangatlah penting untuk terus ditingkatkan. Dengan adanya kerjasama yang baik antara keduanya, maka dampak yang dihasilkan juga akan lebih positif bagi masyarakat luas. Dengan bantuan yang diberikan oleh lembaga zakat, usaha mikro memiliki peluang untuk mengembangkan usahanya, meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, dan juga membuka peluang untuk meningkatkan akses pasar. Dengan demikian, kolaborasi antara usaha mikro dan lembaga zakat seperti BAZNAS merupakan langkah yang tepat dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Melalui dukungan dan kerjasama yang terus ditingkatkan, diharapkan usaha mikro dapat menjadi salah satu pilar utama dalam memajukan perekonomian negara dan mengurangi kesenjangan sosial.

2. Tinjauan Literatur

Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro

Pengelolaan keuangan yang efektif tidak hanya penting bagi keberhasilan usaha mikro, tetapi juga merupakan faktor kunci yang dapat memastikan kelangsungan hidup dan pertumbuhan bisnis kecil dan menengah. Seiring perkembangan bisnis mikro, penting bagi pemiliknya untuk memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang baik. Dengan pengelolaan keuangan yang tepat, pemilik usaha mikro dapat mengelola arus kas dengan lebih efisien, memastikan modal yang dimiliki digunakan secara optimal, serta mengurangi risiko kebangkrutan yang mungkin terjadi. Selain itu, pengelolaan keuangan yang baik juga dapat membantu pemilik usaha mikro meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan bisnis mereka. Dengan melakukan perencanaan keuangan yang matang, pemilik usaha dapat mengidentifikasi peluang untuk mengembangkan bisnis mereka, serta menghindari risiko-risiko yang dapat mempengaruhi kesejahteraan finansial mereka.

Untuk memberikan kejelasan mengenai penelitian ini, beberapa istilah kunci perlu didefinisikan secara spesifik. Istilah kunci yang digunakan dalam penelitian ini adalah **bantuan modal**, **manajemen keuangan**, dan **pemasaran digital**:

1) Bantuan Modal

Bantuan modal merujuk pada dukungan finansial yang diberikan oleh BAZNAS kepada pelaku usaha mikro untuk meningkatkan

kapasitas usaha mereka. Dalam konteks ini, bantuan modal yang diberikan BAZNAS bertujuan untuk membantu penerima mengatasi keterbatasan modal kerja yang sering menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha mikro. Bantuan ini diharapkan dapat memperkuat stabilitas finansial usaha dan meningkatkan daya tahan mereka di pasar.

2) Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan dalam penelitian ini merujuk pada keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola keuangan usaha secara efektif, termasuk dalam pengaturan arus kas, pencatatan transaksi, dan pembuatan laporan keuangan sederhana. BAZNAS memberikan pelatihan manajemen keuangan agar pelaku usaha mikro mampu memantau keuangan usahanya dengan baik, yang pada akhirnya mendukung pengambilan keputusan finansial yang tepat.

3) Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah penggunaan media digital dan internet sebagai alat untuk mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen. Dalam konteks bantuan BAZNAS, pemasaran digital mencakup pelatihan tentang cara menggunakan platform seperti media sosial untuk menjangkau pelanggan lebih luas, membangun kesadaran merek, dan meningkatkan penjualan produk

Dengan demikian, pengelolaan keuangan yang baik bukan hanya penting untuk kelangsungan bisnis mikro, tetapi juga dapat membantu pemiliknya mencapai kesuksesan jangka panjang. Oleh karena itu, para pemilik usaha mikro perlu meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam mengelola keuangan mereka, untuk memastikan kesuksesan bisnis mereka di masa depan. Oleh karena itu, penting bagi para pemilik usaha mikro untuk memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip dasar pengelolaan keuangan dan menerapkannya secara konsisten dalam operasional sehari-hari mereka. Dengan begitu, mereka dapat memastikan bahwa usaha mikro mereka dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat dan berkembang menjadi bisnis yang sukses dan berkelanjutan. Namun, banyak pelaku usaha mikro menghadapi kendala dalam hal pencatatan keuangan, akses permodalan, dan pengelolaan arus kas (Winarni, 2006). Penelitian menunjukkan bahwa bantuan BAZNAS dalam bentuk pembiayaan dan pendampingan dapat membantu

usaha mikro mengatasi masalah-masalah tersebut (Firmansyah & Devi, 2019).

Strategi Pemasaran Usaha Mikro

Strategi pemasaran yang efektif merupakan salah satu komponen utama yang harus diperhatikan dalam pengelolaan keuangan suatu usaha mikro. Menurut Tambunan (2019), selain pengelolaan keuangan yang baik, strategi pemasaran yang tepat juga menjadi faktor penting bagi keberlangsungan usaha mikro. Hal ini karena tanpa adanya strategi pemasaran yang efektif, produk atau jasa yang ditawarkan oleh usaha mikro tidak akan dapat dikenal oleh konsumen potensial, sehingga berdampak pada penjualan yang rendah dan mengancam kelangsungan usaha tersebut. Strategi pemasaran yang efektif dalam konteks bisnis merupakan hal yang sangat penting untuk mencapai kesuksesan. Salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran adalah penetapan target pasar yang jelas. Dengan mengetahui siapa target pasar dari produk atau jasa yang ditawarkan, usaha mikro dapat lebih fokus dalam melakukan promosi dan penawaran yang tepat sehingga dapat menarik minat konsumen potensial. Selain penetapan target pasar, segmentasi pasar juga merupakan langkah penting dalam strategi pemasaran. Dengan memahami karakteristik dan kebutuhan konsumen dalam berbagai segmen pasar, usaha mikro dapat menyesuaikan produk atau jasa mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar tersebut. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik produk atau jasa yang ditawarkan dan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Promosi produk atau jasa juga merupakan bagian yang tidak bisa diabaikan dalam strategi pemasaran. Dengan melakukan promosi yang tepat dan efektif, usaha mikro dapat memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada khalayak yang lebih luas. Promosi yang baik juga dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap brand dan produk yang ditawarkan, sehingga dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap usaha mikro tersebut. Dengan memiliki pemahaman yang baik mengenai pasar dan konsumen, usaha mikro dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berhasil dalam menarik minat dan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, penting bagi usaha mikro untuk terus melakukan analisis pasar dan mengikuti perkembangan tren konsumen agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, dengan memanfaatkan berbagai platform pemasaran seperti media sosial, usaha mikro juga dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan *awareness brand*

mereka di mata konsumen. Jadi, strategi pemasaran yang efektif memegang peranan yang sangat penting dalam keberlangsungan usaha mikro. Dengan mengintegrasikan strategi pemasaran yang tepat dengan pengelolaan keuangan yang baik, usaha mikro dapat meningkatkan kinerja mereka dan meraih kesuksesan dalam dunia bisnis. Namun, banyak pelaku usaha mikro menghadapi keterbatasan dalam hal akses pasar, promosi, dan pengembangan produk (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020). Studi menunjukkan bahwa bantuan BAZNAS dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan fasilitas pemasaran dapat membantu usaha mikro meningkatkan kemampuan bersaing di pasar (Firmansyah & Devi, 2019).

3. Metode

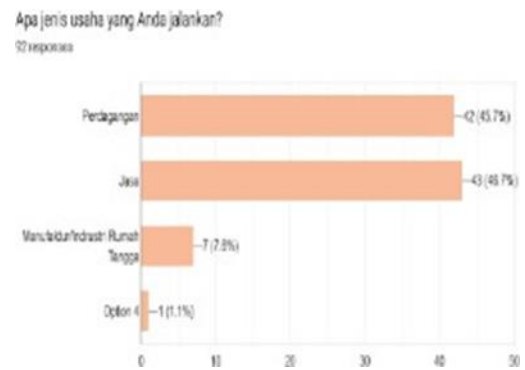
Metode penelitian kualitatif dengan studi kasus telah dipilih untuk menggali informasi yang mendalam dan detail mengenai pengalaman dan persepsi penerima bantuan BAZNAS. Data-data yang diperlukan untuk penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa cara, antara lain melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan penerima bantuan tersebut. Melalui wawancara ini, peneliti dapat mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana penerima bantuan tersebut merasakan dan memandang program bantuan yang diberikan oleh BAZNAS. Selain wawancara, pengamatan lapangan

juga dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih konkret mengenai kondisi sosial dan ekonomi penerima bantuan. Dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan, peneliti dapat melihat secara langsung bagaimana penerima bantuan tersebut menjalani kehidupan sehari-hari, serta mengidentifikasi potensi masalah atau tantangan yang dihadapi oleh mereka. Selain itu, analisis dokumen juga dilakukan untuk mendapatkan data-data yang relevan dan mendukung dalam penelitian ini. Dokumentasi yang dianalisis mencakup berbagai informasi terkait program bantuan yang diberikan oleh BAZNAS, serta data-data statistik yang dapat memberikan gambaran lebih jelas mengenai dampak dari program bantuan tersebut. Dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data yang komprehensif ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai efektivitas program bantuan BAZNAS dan juga memberikan rekomendasi yang lebih konkret untuk meningkatkan kualitas program bantuan tersebut di masa yang akan datang. Analisis data dilakukan secara induktif untuk

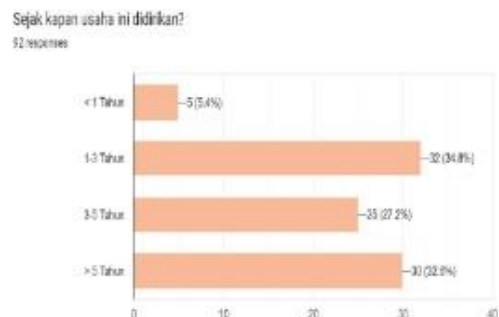
mengidentifikasi tema-tema utama dan pola-pola yang muncul.

4. Hasil

Deskripsi Usaha Mustahik



Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga jenis usaha utama yang dijalankan oleh responden: perdagangan, jasa, dan manufaktur/industri rumah tangga. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa sektor perdagangan mendominasi dengan 49,4% dari total responden, diikuti oleh sektor jasa dengan 40,2%, dan manufaktur/industri rumah tangga dengan 8,0%.

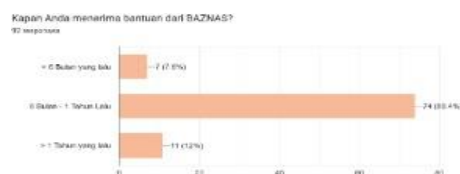


Berdasarkan grafik di atas yang menunjukkan distribusi lama pendirian usaha dari 92 responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas usaha telah beroperasi dalam jangka waktu 1-3 tahun (34,8% atau 32 responden). Sementara itu, terdapat 30 responden (32,6%) yang telah mendirikan usaha mereka selama lebih dari 5 tahun, dan 25 responden (27,2%) memiliki usaha yang telah berdiri antara 3-5 tahun. Adapun jumlah usaha yang baru didirikan kurang dari 1 tahun relatif lebih sedikit, yakni hanya 5 responden (5,4%). Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar usaha yang diteliti sudah memiliki pengalaman operasional yang cukup signifikan, dengan lebih dari setengah responden (59,8%) memiliki usaha yang berdiri lebih dari 3 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa kebanyakan

responden memiliki kestabilan dalam menjalankan usaha mereka, yang dapat mencerminkan keberlanjutan dan ketahanan bisnis dalam menghadapi tantangan pasar. Sementara itu, usaha yang berusia kurang dari 1 tahun kemungkinan masih berada pada fase awal pengembangan dan adaptasi terhadap pasar.



Data ini menggambarkan *landscape* UMKM yang didominasi oleh usaha mikro dengan pemilik sebagai satu-satunya pekerja. Hal ini menunjukkan pentingnya program-program dukungan untuk membantu usaha mikro berkembang, meningkatkan kapasitas produksi, dan menciptakan lebih banyak lapangan kerja. Kebijakan yang mendorong pertumbuhan usaha dan peningkatan skala ekonomi dapat menjadi kunci dalam mengembangkan sektor UMKM di wilayah tersebut.

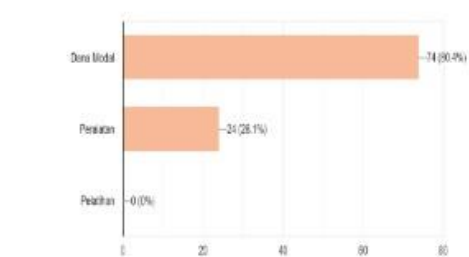


Berdasarkan grafik di atas yang menunjukkan distribusi waktu penerimaan bantuan dari BAZNAS oleh 92 responden, terlihat bahwa sebagian besar responden (80,4% atau 74 responden) menerima bantuan dalam rentang waktu 6 bulan hingga 1 tahun yang lalu. Sebanyak 11 responden (12%) menyatakan bahwa mereka menerima bantuan lebih dari 1 tahun yang lalu, sementara responden yang menerima bantuan kurang dari 6 bulan terakhir berjumlah 7 orang (7,6%).

Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas penerima bantuan sudah memiliki waktu yang cukup untuk merasakan dampak dari bantuan tersebut terhadap kegiatannya, namun belum terlalu lama sehingga masih relevan untuk dievaluasi efektivitasnya. Bagi responden yang menerima bantuan dalam kurun waktu 6 bulan terakhir, analisis perkembangan usaha mereka

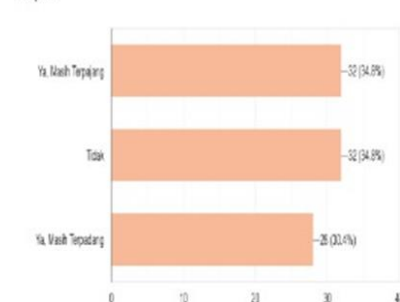
mungkin masih berada pada tahap awal. Sedangkan bagi penerima bantuan yang sudah lebih dari 1 tahun, mereka dapat memberikan perspektif yang lebih luas tentang bagaimana bantuan BAZNAS mempengaruhi usaha mereka dalam jangka panjang.

Bentuk bantuan apa saja yang Anda terima? (tuliskan apa saja peralatan usaha yang sudah dibeli dari bantuan BAZNAS)



Berdasarkan data yang diberikan, analisis mengenai bentuk bantuan yang diterima oleh para penerima bantuan BAZNAS dapat diuraikan sebagai berikut: Mayoritas penerima bantuan (68 responden atau sekitar 78,2%) menerima bantuan dalam bentuk Dana Modal, yang menunjukkan fokus utama program bantuan pada penguatan aspek finansial usaha. Sementara itu, 15 responden (17,2%) menerima bantuan dalam bentuk Peralatan, yang mengindikasikan adanya upaya untuk meningkatkan kapasitas produksi atau operasional usaha melalui dukungan alat-alat kerja. Terdapat pula 4 responden (4,6%) yang menerima kombinasi bantuan berupa Dana Modal dan Peralatan, menunjukkan pendekatan yang lebih komprehensif dalam mendukung pengembangan usaha mereka. Data ini menggarisbawahi strategi BAZNAS dalam memberikan bantuan yang tidak hanya terfokus pada aspek keuangan, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan peralatan untuk menunjang produktivitas usaha, meskipun proporsinya masih didominasi oleh bantuan Dana Modal.

Apakah logo (plang nama) BAZNAS masih dipasang pada tempat usaha (tuliskan alasan jika plang tidak lagi dipasang)



Analisis data mengenai pemasangan logo (plang nama) BAZNAS pada tempat usaha

penerima bantuan menunjukkan hasil yang beragam. Dari total 87 responden, 57 responden (65,5%) menyatakan bahwa logo BAZNAS masih terpasang di tempat usaha mereka, sementara 30 responden (34,5%) melaporkan bahwa logo tersebut tidak lagi terpasang. Mayoritas penerima bantuan masih mempertahankan logo BAZNAS, yang dapat mengindikasikan rasa apresiasi terhadap bantuan yang diterima, kepatuhan terhadap ketentuan program, atau mungkin persepsi positif terhadap asosiasi dengan BAZNAS. Namun, proporsi yang cukup signifikan dari responden yang tidak lagi memasang logo menimbulkan pertanyaan tentang alasan di balik keputusan tersebut, yang mungkin terkait dengan faktor-faktor seperti perubahan lokasi usaha, kerusakan plang, atau mungkin keengganan untuk menampilkan status sebagai penerima bantuan. Analisis lebih lanjut diperlukan untuk memahami alasan spesifik di balik ketidakpasangan logo ini, yang dapat memberikan wawasan berharga bagi BAZNAS dalam meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan program bantuannya

Beberapa hasil penelitian lain adalah :

1) **Bantuan Modal**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bantuan modal dari BAZNAS membantu pelaku usaha mikro mengatasi hambatan modal kerja dan meningkatkan kapasitas produksi mereka. Sebanyak 78,2% penerima bantuan yang menerima dana modal melaporkan adanya peningkatan dalam stabilitas operasional usaha. Peningkatan ini tampak dalam bentuk pembelian bahan baku dalam jumlah lebih besar dan memperluas jangkauan pasar, yang berdampak pada kenaikan omzet usaha mikro.

2) **Manajemen Keuangan**

Bantuan pelatihan manajemen keuangan yang diberikan oleh BAZNAS berkontribusi terhadap peningkatan literasi keuangan penerima bantuan. Sebagian besar responden (sekitar 65%) mengungkapkan bahwa mereka menjadi lebih mampu dalam melakukan pencatatan arus kas dan menyusun laporan keuangan sederhana. Hal ini membantu mereka memantau kondisi keuangan secara lebih sistematis, yang pada akhirnya meningkatkan ketepatan dalam pengambilan keputusan finansial.

3) **Pemasaran Digital**

Program pelatihan pemasaran digital dari BAZNAS memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan keterampilan pemasaran

penerima bantuan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa 70% penerima bantuan merasa lebih percaya diri dalam menggunakan media sosial untuk promosi produk mereka. Mereka kini lebih memahami cara meningkatkan jangkauan pemasaran melalui strategi digital, seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce. Sebagai hasilnya, usaha mikro mengalami peningkatan dalam hal brand awareness dan penjualan produk.

5. **Diskusi**

1) **Peran Bantuan BAZNAS dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro**

Dengan adanya bantuan dari BAZNAS, Ibu Siti tidak hanya memperoleh tambahan modal untuk mengembangkan usaha keripik pisanginya, tetapi juga mendapatkan pengetahuan dan keterampilan mengenai manajemen keuangan yang lebih baik. Hal ini terbukti dengan adanya perubahan dalam cara Ibu Siti mencatat keuangan usahanya secara lebih teratur dan sistematis. Selain itu, dengan adanya bantuan dari BAZNAS, Ibu Siti juga mampu mengelola arus kas usahanya dengan lebih baik. Ia menjadi lebih cerdas dalam mengatur pengeluaran dan pemasukan demi menjaga keberlangsungan usahanya. Dengan demikian, bantuan dari BAZNAS tidak hanya memberikan dampak positif secara finansial, tetapi juga memberikan dampak yang signifikan dalam peningkatan kemampuan manajerial dan keterampilan berbisnis bagi Ibu Siti. Sebagai hasilnya, usaha keripik pisang milik Ibu Siti semakin berkembang pesat dan mampu bersaing di pasaran. Dengan mengakses permodalan tambahan dari BAZNAS, Ibu Siti mampu memperluas jangkauan pemasarannya dan meningkatkan kualitas produknya. Hal ini menjadikan usaha keripik pisang Ibu Siti semakin dikenal dan diminati oleh masyarakat, sehingga memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal di Bogor. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bantuan dari BAZNAS telah memberikan dampak yang positif dan signifikan bagi pengelolaan keuangan usaha mikro seperti yang dialami oleh Ibu Siti. Ini menunjukkan pentingnya peran lembaga amal zakat seperti BAZNAS dalam membantu pengembangan usaha mikro dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, pendampingan dari BAZNAS juga membantu Ibu Siti dalam menyusun anggaran, menganalisis laporan keuangan, dan membuat keputusan keuangan yang lebih informed.

2) Peran Bantuan BAZNAS dalam Strategi Pemasaran Usaha Mikro

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan, hasilnya menunjukkan bahwa bantuan yang diberikan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan strategi pemasaran bagi usaha mikro. Dengan adanya bantuan dari BAZNAS, para pelaku usaha mikro dapat secara lebih efektif memasarkan produk atau jasa yang mereka tawarkan kepada masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan promosi produk, penetrasi pasar yang lebih luas, dan peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka. Bantuan yang diberikan oleh BAZNAS juga membantu para pelaku usaha mikro dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan efisien. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, para pelaku usaha mikro dapat belajar cara-cara baru untuk memasarkan produk mereka, termasuk menggunakan media sosial dan teknologi digital dalam strategi pemasaran mereka.

Dengan demikian, mereka dapat lebih mudah menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk mereka. Selain itu, bantuan dari BAZNAS juga membantu para pelaku usaha mikro dalam membangun *brand awareness* yang kuat di mata konsumen. Dengan adanya dukungan dari BAZNAS, para pelaku usaha mikro dapat memperkuat citra merek mereka melalui berbagai kegiatan promosi dan branding yang dilakukan. Hal ini membuat produk mereka lebih dikenal di pasaran dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek mereka. Secara keseluruhan, penelitian menunjukkan bahwa bantuan yang diberikan oleh BAZNAS telah memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan strategi pemasaran bagi usaha mikro. Melalui berbagai program dan kegiatan yang dilaksanakan, BAZNAS berhasil membantu para pelaku usaha mikro dalam meningkatkan penjualan produk mereka, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat citra merek mereka di mata konsumen. Dengan demikian, para pelaku usaha mikro dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Misalnya, Bapak Andi, pemilik usaha kerajinan tangan di Yogyakarta, menerima pelatihan pemasaran digital dari BAZNAS. Setelah mengikuti pelatihan tersebut, Bapak Andi dapat memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pemasarannya, serta mengembangkan kemasan produk yang lebih menarik (Wawancara, 2022). Selain itu, BAZNAS juga memfasilitasi partisipasi

Bapak Andi dalam pameran dan event-event pemasaran, sehingga membantu meningkatkan eksposur produknya di pasar.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa bantuan BAZNAS memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha mikro, khususnya dalam aspek modal, manajemen keuangan, dan pemasaran digital. Hasil ini sejalan dengan penelitian Firmansyah & Devi (2019), yang menemukan bahwa lembaga amil zakat berperan signifikan dalam pemberdayaan ekonomi melalui pendampingan finansial dan pelatihan manajemen, sehingga membantu usaha mikro mencapai kemandirian ekonomi. Temuan ini memperkuat bukti bahwa dukungan dalam bentuk pendanaan dan pelatihan keuangan dapat mengurangi ketergantungan pelaku usaha mikro pada lembaga keuangan informal.

Di sisi lain, hasil yang berkaitan dengan peningkatan literasi pemasaran digital sejalan dengan studi oleh Fitriani et al. (2023), yang mengamati bahwa pelatihan pemasaran berbasis digital dari BAZNAS Microfinance Desa di Gunungsari mampu meningkatkan kemampuan UMKM dalam memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial dan platform online lainnya. Penerima bantuan dalam penelitian ini juga melaporkan dampak positif serupa, terutama dalam hal peningkatan *brand awareness* dan penjualan melalui pemasaran digital.

Namun, beberapa studi menunjukkan tantangan dalam implementasi bantuan ini. Misalnya, penelitian oleh Yusufdian & Choiri (2023) mengenai peran BAZNAS dalam mendukung UMKM di Sumenep menunjukkan bahwa tantangan berupa kurangnya pemahaman mendalam mengenai manajemen usaha sering kali membatasi keberhasilan program bantuan. Hal ini berbeda dengan temuan penelitian ini, di mana dukungan BAZNAS dalam bentuk pelatihan keuangan dan pemasaran digital berhasil meningkatkan keterampilan penerima dalam pencatatan keuangan dan promosi digital. Salah satu faktor keberhasilan di Rokan Hulu adalah fokus pada pelatihan langsung yang komprehensif, yang mungkin belum optimal di wilayah lain.

Dengan membandingkan hasil penelitian ini dengan studi-studi sebelumnya, terlihat bahwa efektivitas program bantuan sangat bergantung pada konteks lokal dan model pelatihan yang diterapkan. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan agar BAZNAS terus mengembangkan program pendampingan berkelanjutan yang disesuaikan dengan kebutuhan

spesifik wilayah penerima bantuan, sehingga efektivitas bantuan dapat lebih terjamin

6. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa bantuan BAZNAS dalam bentuk pendanaan modal, pelatihan manajemen keuangan, dan pemasaran digital berdampak positif pada pengembangan usaha mikro di Kabupaten Rokan Hulu. Temuan utama meliputi: (1) bantuan modal yang memperkuat kapasitas finansial usaha mikro sehingga meningkatkan stabilitas operasional mereka; (2) pelatihan manajemen keuangan yang membantu penerima bantuan mencatat arus kas dan membuat laporan keuangan sederhana, serta (3) pelatihan pemasaran digital yang memungkinkan usaha mikro untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan brand awareness.

Implikasi dan Rekomendasi

Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan yang menyeluruh dalam pemberdayaan usaha mikro, di mana bantuan modal harus diikuti dengan pelatihan manajerial dan pemasaran agar dampak pemberdayaan lebih optimal. Untuk BAZNAS, disarankan untuk memperkuat program pelatihan lanjutan, khususnya dalam pemasaran digital dan manajemen keuangan, guna memastikan penerima bantuan memiliki keterampilan yang berkelanjutan. Selain itu, program pendampingan jangka panjang juga direkomendasikan agar penerima dapat secara konsisten menerapkan ilmu yang telah diperoleh.

Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian lebih lanjut disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan mengkaji keberagaman kondisi penerima bantuan di berbagai daerah, sehingga dapat memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai efektivitas program BAZNAS. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi metode evaluasi kuantitatif untuk mengukur dampak bantuan secara lebih terukur dari segi pertumbuhan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja di sektor usaha mikro.

7. Referensi

Chasanah, A. N., Herawati, R., Budiantoro, R. A., & Putro, F. I. F. S. (2021). MAWAR (Melawan Rentenir): Integrated MSMEs financial inclusion strategy in sharia-based. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 14(1), 1-13.
<https://doi.org/10.15294/JEJAK.V14I1.24850>

- Ellitan, L. (2017). Micro and small business empowerment through improvement of financial and marketing management. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19(2), 95-101.
- Fauza, N. (2023). Peran BAZNAS dalam meningkatkan ekonomi umat: Studi literatur. *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 15(2).
<https://doi.org/10.20414/mu.v15i2.9043>
- Firmansyah, I., & Devi, A. (2019). The role of zakat institution in empowering micro, small, and medium enterprises (MSMEs). *International Journal of Zakat*, 4(1), 61-77.
- Khatimah, H., & Nuradi, N. (2023). Empowerment of Mustahiq BAZNAS Kab. Sukabumi through the micro-enterprise awakening program (BUMI) based on the village mosque of zakat civilization (DPZ). *International Journal of Transdisciplinary Knowledge*, 1(1), 1-10.
<https://doi.org/10.31332/IJTK.V1I1.3>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar (UB) tahun 2019-2020*. Diakses dari <https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm>
- Muliati, M., & Pattawe, A. (2022). Pendampingan manajemen keuangan pedagang kaki lima pasar Manonda binaan BAZNAS Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 1050-1056.
<https://doi.org/10.37567/pkm.v2i2.1050>
- Nurfiyani, E., & Khanifa, N. K. (2021). Implementasi BAZNAS microfinance desa dalam peningkatan kesejahteraan ekonomi mustahiq. *Syari'ati: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(1), 1-14.
<https://doi.org/10.32699/SYARIATI.V7I1.1848>
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51-58.
- Tambunan, T. T. H. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-15.
<https://doi.org/10.1186/s40497-019-0165-0>
- Winarni, E. S. (2006). Strategi pengembangan usaha kecil melalui peningkatan aksesibilitas kredit perbankan. *Infokop*, 29, 92-98.
- Yandari, A. D., Novianto, K., Andini, I. Y., Widyastuti, E., Husada, L. M., & Wiraraja, U. (2023). Assistance with financial aspects and marketing strategy at DINDA BUMDes in Sumenep Regency. *International Journal of*

Sustainable Development, 2(4), 5716.

<https://doi.org/10.55927/ijds.v2i4.5716>

Yusfardian, M. I., & Choiri, M. (2023). The role of BAZNAS Sumenep in supporting halal product certification in micro, small and medium enterprises in Lenteng market through the distribution of zakat, infaq, and sadaqah. *Deleted Journal*, 2(2), 248-260.

<https://doi.org/10.21107/aciell.v2i2.248>



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).