

Bimbingan Teknis Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Bagi UMKM Mitra Binaan Laznas PHR (Lembaga Amil Zakat Nasional Pertamina Hulu Rokan) Provinsi Riau

**Machasin¹⁾, Susi Hendriani²⁾, Taufiqurrahman³⁾, Dewita Suryati Ningsih⁴⁾,
Lailan Tawila Berampu⁵⁾, Agnes Alvionita⁶⁾**

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Universitas Riau, Indonesia

e-mail: machasin@lecturer.unri.ac.id

ABSTRAK

LAZnas Pertamina Hulu Rokan (PHR) Indonesia, sejak tahun 2024 telah berubah nama menjadi LAZ Energi Kebaikan Rokan. Menjadi lembaga pengelola zakat yang menerapkan digitaliasi dalam pengelolaan zakat. Lembaga ini memiliki berbagai program unggulan, dan salah satunya adalah ekonomi produktif. Program ekonomi produktif ini merupakan program yang dilaksanakan berupa program bantuan akses modal berupa pemberian pinjaman modal dan pendampingan usaha kepada masyarakat dhuafa. Bantuan akses modal diberikan kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sudah berjalan tetapi mengalami kekurangan modal atau masyarakat yang ingin memulai usaha mikro dengan akad pemberian modal *qordhul hasan* atau pinjaman tanpa bunga. Sementara itu, sistem pembinaannya berupa pendampingan oleh fasilitator, pembinaan secara mandiri melalui *visit* ke lokasi usaha, pembinaan kelompok melalui pertemuan bersama, dan pemberian edukasi menabung untuk penerima manfaat. Namun dalam pelakanaannya LAZ energi kebaikan menghadapi beberapa kendala dalam menyiapkan model program pembinaan UMKM. diantaranya adalah kendala terkait kemampuan tim fasilitator dalam pendampingan bagi UMKM dan cara mengubah *mindset* mitra binaannya. Selain kedua kendala tersebut, terdapat kendala lain dalam melakukan pembinaan terhadap UMKM antara lain: 1) Pendidikan dan kompetensi UMKM masih berada pada kategori rendah, ini berakibat kualitas produk yang dihasilkan tidak konsisten. 2) Belum memiliki pengetahuan manajemen usaha yang baik. 3) Pelaku UMKM masih perlu memahami pentingnya strategi meningkatkan daya saing usaha agar usaha yang ada dapat mengalami kemajuan secara berkelanjutan. Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian ini adalah: 1) Memberikan konsep dan pemahaman bahwa strategi itu sangat penting agar produk yang ada mampu memiliki daya saing di pasar; 2) Memberikan bekal pengetahuan tentang manajemen pengelolaan usaha kepada para pelaku UMKM agar kinerja usahanya meningkat; dan 3) Memberikan pengetahuan pentingnya desain produk agar memiliki daya saing di pasar.

Kata Kunci: Daya Saing Usaha, Kompetensi, UMKM

ABSTRACT

Since 2024, the Indonesian Zakat Institution (LAZnas) of Pertamina Hulu Rokan (PHR) has changed its name to LAZ Energi Kebaikan Rokan. It has become a zakat management institution that implements digitalization in its zakat management. This institution has various flagship programs, one of which is the productive economy. This productive economy program is implemented in the form of capital access assistance, providing loans and business mentoring to the underprivileged. Capital access assistance is provided to existing Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) experiencing a lack of capital, or to individuals seeking to start a micro-enterprise through a *qordhul hasan* capital agreement, or an interest-free loan. The coaching system includes mentoring by facilitators, independent coaching through site visits, group coaching through group meetings, and savings education for beneficiaries. However, in its implementation, LAZ Energi Baik (Good Energy LAZ) faces several obstacles in preparing the MSME development program model. Among them are obstacles related to the ability of the facilitator team in mentoring MSMEs and how to change the mindset of their fostered partners. In addition to these two obstacles, there are other obstacles in providing guidance to MSMEs, including: 1) MSME education and competency are still in the low category, this results in inconsistent product quality. 2) They do not yet have good business management knowledge. 3) MSME actors still need to understand the importance of strategies to



increase business competitiveness so that existing businesses can experience sustainable progress. The objectives to be achieved from this community service activity are: 1) Providing concepts and understanding that strategy is very important so that existing products can be competitive in the market; 2) Providing knowledge about business management to MSME actors so that their business performance increases; and 3) Providing knowledge about the importance of product design in order to be competitive in the market.

Keywords: Business Competitiveness, Competence, MSMEs,

PENDAHULUAN

Gerakan memberdayakan masyarakat menuju masyarakat yang mandiri harus menjadi sebuah gerakan sosial. Karena sejatinya dalam program pemberdayaan itu tidak hanya sekedar memberi, tetapi juga sekaligus mengembangkan potensi masyarakat untuk dapat bergerak lebih maju. Sasaran yang ingin dicapai membantu seseorang mampu hidup lebih baik dengan kemampuannya sendiri, agar pemberdayaan itu berkembang dan berkelanjutan. Karena itu Tekad pemerintah untuk membina dan mengembangkan usaha kecil harus terus ditingkatkan untuk mengatasi kesenjangan struktur perekonomian bagi masyarakat. Bila hal itu mampu diwujudkan, maka pada suatu saat nanti pengusaha kecil dan menengah yang jumlahnya realtif banyak, akan mampu berkembang dan menjadi basis perekonomian nasional. Perhatian tersebut tentunya akan memberikan peluang besar bagi pengusaha kecil, namun demikian dapat atau tidaknya peluang tersebut diraih sangat ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia yang dimiliki. Terlebih lagi pada saat ini telah memasuki pasar global, maka UMKM kita harus mempunyai daya saing dari Negara-negara lain yang kini sudah mulai membanjiri memasuki negara kita (Fadhila, A., & Cahyono, A. B.2017).

Dalam rangka peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat, pemerintah menerbitkan berbagai peraturan dan kebijakan strategis. Salah satunya adalah program ekonomi produktif melalui zakat. Zakat adalah ibadah yang memiliki posisi yang sangat strategis baik dari aspek keagamaan, sosial, ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat. Peran strategis ini secara nyata dinyatakan di dalam Al- Qur'an dan Hadits, serta terefleksikan dalam sejarah Islam. Syariat zakat diturunkan kepada Rasulullah pada tahun kedua hijriyah. Pada masa itu, Rasulullah turun tangan dan mengangkat beberapa sahabat sebagai amil zakat yang bertugas menarik zakat dari para wajib zakat (*muzaki*), mendatanya di Baitul Maal, dan menyalurkannya kepada orang-orang yang berhak menerima zakat (*mustahik*). Syariat zakat ini selanjutnya dipegang teguh oleh para Khulafa'ur Rasyidin. Bahkan, pada masa Abu Bakar, khalifah memerangi orang yang melaksanakan shalat tapi tidak mau menunaikan zakat.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011, lembaga amil zakat yang sah dikelola oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZnas) yang dibentu koleh pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) dibentuk oleh masyarakat. Peran Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi kaum dhuafa. Salah satu Lembaga Amil Zakat (LAZ) di Provinsi Riau adalah Laz Energi Kebaikan Rokan, yang beralamat di Jl. Paus No. 8B, Limbung Baru, Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. Laz Energi Kebaikan Rokan didirikan pada tahun 2007 oleh karyawan muslim Chevron Indonesia yang berinisiatif untuk mengelola zakat berbasis masjid di bawah satu lembaga hingga tercetus Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZnas) Chevron Indonesia dan secara resmi berbadan hukum akta notaris pada tahun 2008. Selanjutnya, pada tanggal 9 Agustus 2021 lembaga ini berganti nama Laz Energi Kebaikan Rokan.

Laz Energi Kebaikan Rokan memiliki berbagai program unggulan, salah satunya adalah ekonomi produktif. Program ekonomi produktif ini merupakan program yang dilaksanakan pada tahun 2017-2020, berupa program bantuan akses modal berupa pemberian pinjaman modal dan pendampingan usaha kepada masyarakat dhuafa. Bantuan akses modal diberikan kepada UMKM yang sudah berjalan tetapi mengalami kekurangan modal atau masyarakat yang ingin memulai usaha mikro dengan akad pemberian modal *qordhul hasan* atau pinjaman tanpa bunga. Sementara itu, sistem pembinaannya berupa pendampingan oleh fasilitator, pembinaan secara mandiri melalui *visit* ke lokasi usaha, pembinaan kelompok melalui pertemuan bersama, dan pemberian edukasi menabung untuk penerima manfaat (Utari, T., Dewi, N. P. M, 2014).

Namun semenjak akhir tahun 2023, Laz Energi Kebaikan Rokan menghadapi beberapa kendala



dalam menyiapkan model program pembinaan UMKM baru yang diantaranya adalah kendala terkait kemampuan tim fasilitator dalam pendampingan bagi UMKM dan cara mengubah *mindset* mitra binaannya. Selain kedua kendala tersebut, terdapat kendala lain dalam melakukan pembinaan terhadap UMKM antara lain sebagai berikut: 1) Pendidikan dan kompetensi UMKM masih banyak berada pada kategori rendah, ini berakibat kualitas produk yang dihasilkan tidak konsisten selain itu juga belum memiliki pengetahuan manajemen usaha yang baik. 2) Para UMKM masih perlu memahami pentingnya strategi meningkatkan daya saing usaha agar usaha yang ada dapat mengalami kemajuan secara berkelanjutan (G. Evangelista, A. Agustin, G. P. E. Putra, D. T. Pramesti, and H. Madiistriyatno, 2023). Atas dasar hal tersebut, maka kami dari tim pengabdian masyarakat terinspirasi untuk membantu dan meningkatkan kinerja UMKM mitra binaan LAZnas PHR Indonesia. Tema dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah **"Bimbingan Teknis Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Bagi UMKM mitra Binaan LAZNAS PHR (LEMBAGA AMIL ZAKAT NASIONAL PERTAMINA HULU ROKAN) PROVINSI RIAU"**

METODE

Partisipan

Peserta yang diundang untuk mengikuti kegiatan bimbingan teknis adalah pelaku UMKM Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan yang berjumlah 35 orang, namun dalam pelaksanaannya yang berkesempatan hadir sebanyak 32 orang.

Pelaksanaan

Kegiatan Bimbingan Teknis Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Bagi UMKM Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan, dilaksanakan dengan tiga tahap sebagai berikut:

- a. Pada tahap pertama, kegiatan sosialisasi terkait strategi meningkatkan daya saing usaha bagi UMKM Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM, mengenai pentingnya memiliki daya saing dan juga bagaimana membuat strategi dalam meningkatkan daya saing usaha.
- b. Pada tahap kedua, dilakukan tinjauan lapangan kepada para pelaku UMKM Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan. Tujuannya untuk mengetahui situasi dan kondisi UMKM dalam menghasilkan produk.
- c. Pada tahap ketiga, dilakukan diskusi dari hasil turun lapangan kepada UMKM. Di sini seluruh peserta diharapkan mampu memahami bagaimana cara melakukan pengembangan bisnis dengan efektif dan efisien. Dalam kegiatan ini membutuhkan *Master Of Training* (MT) yang akan mengarahkan untuk memberikan arahan (*direction*), bimbingan (*guidance*) serta memotivasi (*motivation*) peserta training. Metode yang digunakan berupa diskusi dengan metode *Brainstorming* yang disesuaikan dengan bidang keilmuan dan pendidikan peserta UMKM. Di samping itu kepada peserta diberikan pembelajaran yang terkait dengan desain produk, pengemasan, dan labeling dalam upaya menciptakan inovasi produk yang berkualitas.

Evaluasi

UMKM yang diundang dalam kegiatan bimbingan teknis Strategi meningkatkan daya saing UMKM mitra Laz Energi Kebaikan sebanyak 35 orang UMKM, namun dalam pelaksanaannya yang berkesempatan hadir sebanyak 32 orang. Terdapat beberapa hal penting yang dibahas dalam pelaksanaan Bimtek yaitu: Profil usaha, kinerja usaha, strategi pengembangan usaha, dan daya saing usaha.

Profil UMKM

Profil UMKM yang dianalisis dalam kegiatan bimtek ini adalah UMKM mitra binaan LAZ Energi Kebaikan Rokan, sebanyak 32 orang UMKM. Gambaran umum peserta yang mengikuti Bimtek meliputi: Jenis usaha, perizinan uaha, lama berusaha, umur dan pendidikan peserta.

1) Jenis Usaha

Jenis usaha yang dikelola oleh masing-masing UMKM merupakan pilihan yang didasarkan atas berbagai pertimbangan tentang masa depan dari produk yang dijualnya. Pertimbangan tersebut



bisa didasarkan atas pengalaman masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang. Karakteristik peserta bimtek berdasarkan jenis usaha yang dikelolanya dapat dilihat pada tabel berikut.:

Tabel 1. Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
1	Jajanan dan Minuman	8	25,0
2	Jualan Kue	6	18,8
3	Kuliner	7	21,9
4	Laundry	1	3,1
5	Warung Harian	10	31,3
Total		32	100,0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 1 menunjukkan bahwa jenis usaha paling banyak adalah warung harian yang berjumlah 31,3% dari keseluruhan jumlah responden. Sedangkan 25,0% memiliki usaha jajanan dan minuman, 18,8% memiliki usaha jualan kue, 21,9% memiliki usaha kuliner dan 3,1% memiliki usaha laundry. Banyaknya UMKM yang mengelola usaha warung harian, didasarkan atas pertimbangan resiko usaha yang rendah karena produk yang dijual tidak mudah rusak, pembelinya relative banyak dan kemudahan dalam pengelolaannya. Meskipun cukup disadari pilihan usaha ini sulit berkembang mengingat banyaknya persaingan bisnis dari retail besar.

2) Perizinan usaha

Perizinan adalah pemberian legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha atau kegiatan tertentu, baik dalam bentuk izin usaha maupun tanda daftar usaha. Izin ialah salah satu instrumen yang paling banyak digunakan dalam hukum administrasi. Selain itu izin juga dapat diartikan sebagai dispensasi/pelepasan atau pembebasan dari suatu larangan. Perizinan yang telah dimiliki UMKM Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Perizinan Usaha

No	Perizinan	Jumlah	Persentase
1	NIB	2	6,2
2	NIB dan Halal	2	6,3
3	Halal	1	3,1
4	Izin Usaha, NIB dan Halal	1	3,1
5	Izin Usaha dan Halal	1	3,1
6	Tidak ada	25	78,2
Total		32	100,0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 2 menunjukkan bahwa UMKM Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan, yang belum memiliki perizinan sebanyak 78,2%. Sisanya sebanyak 11,8% telah memiliki perizinan usaha yang terdiri dari NIB, sertifikat halal, dan SIUP. Kondisi tersebut menjadi perhatian utama dalam upaya meningkatkan daya saing usaha dari UMKM.

3) Lama Usaha

Lama usaha mencerminkan daya tahan dan kemampuan UMKM dalam mengelola usahanya. Karakteristik responden berdasarkan lama usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Lama Usaha

No	Lama Usaha	Jumlah	Persentase
1	< 1 Tahun	9	28,1
2	1 - 5 Tahun	7	21,9
3	5 - 10 Tahun	7	21,9
4	> 10 Tahun	9	28,1
Total		32	100,0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 3 menunjukkan bahwa lama usaha UMKM mitra binaan Laz Energi Kebaikan Rokan,

sangat bervariasi. Terdapat usaha yang baru dirintis sebanyak 28,1 % dan usaha ini tumbuh sebagai usaha pemula karena adanya bantuan kemitraan dari Laz Energi Kebaikan. Terdapat UMKM yang lama usahanya antara 1 sd 10 Tahun (43,8). Hal ini menunjukkan bahwa mereka sudah cukup lama berusaha namun usahanya tidak menunjukkan perkembangan yang berarti. Demikian juga terdapat (28,1%), UMKM yang lama usahanya diatas 10 tahun.

4) Usia

karakteristik UMKM berdasar usia, mencerminkan keseriusan mereka untuk memulai usaha. Ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.Usia Responden

No	Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase
1	≤ 25	5	15,6
2	26 – 35	3	9,4
3	36 – 45	16	50,0
4	46 – 55	8	25,0
Total		32	100.0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 4 menunjukkan bahwa UMKM berusia antara 36-45 tahun (50,0%), selanjutnya (25,0%) berusia 46-55 tahun, usia ≤ 25 (15,6%) dan usia 26-35 tahun (9,4%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar UMKM mengambil Keputusan untuk memulai usaha setelah berusia 36 tahun. Hal tersebut mengindikasikan bahwa minat berwirausaha dari kalangan generasi muda relatif masih rendah.

5) Pendidikan Terakhir

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir:

Tabel 5. Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SLTP	2	6,3
2	SLTA	26	81,3
3	Diploma	2	6,3
4	S1	2	6,3
Total		32	100.0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 5 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan UMKM mitra binaan Laz Energi Kebaikan Rokan, adalah berpendidikan SLTA sebanyak 81,3%, selanjutnya SLTP 6,3%, Diploma 6,3% dan S1 6,3%. Suatu hal yang diperlukan adalah pemahaman tentang spirit bisnis dari UMKM yang relative masih rendah.

B. Manajemen usaha dan kinerja UMKM

Untuk menilai kinerja UMKM dapat dievaluasi dari beberapa aspek yaitu: Modal Usaha, Kepemilikan Tempat Usaha, Jumlah Tenaga Kerja, Sumber Bahan Baku Usaha, Jangkauan Pemasaran, Pembukuan, dan dampaknya terhadap pendidikan, kesehatan serta kebutuhan harian. Masing-masing elemen tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Permodalan Usaha

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan permodalan yang digunakan dalam mengelola usaha.:

Tabel 6. Permodalan Usaha

No	Sumber Permodalan	Jumlah	Persentase
1	Pernah	20	62,5
2	Modal Sendiri	12	37,5
Total		32	100.0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 6 menunjukkan bahwa 37,5% UMKM tidak pernah menggunakan modal pinjaman, dan 62,5% memanfaatkan pinjaman dalam usahanya. UMKM yang memutuskan untuk tidak menggunakan modal pinjaman dikarenakan beberapa alasan. Pertama, mereka mengetahui tingginya

resiko jika menambah modal usaha dari pinjaman. Kedua, prosedur administrasi memperoleh pinjaman relative sulit, sehingga mereka memutuskan menggunakan modal yang ada untuk operasional usahanya.

2. Tempat Usaha

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan kepemilikan tempat usaha

Tabel 7. Tempat Usaha

No	Kepemilikan Tempat Usaha	Jumlah	Persentase
1	Milik Sendiri	29	90,6
2	Sewa	3	9,4
Total		32	100.0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 7 menunjukkan bahwa kepemilikan tempat usaha UMKM mitra binaan Laz Energi Kebaikan Rokan, milik sendiri (90,6%) dan hanya (9,4%) yang menyewa. Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM telah memiliki potensi untuk pengembangan usaha

3. Jumlah Tenaga Kerja

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan jumlah tenaga kerja:

Tabel 8. Jumlah Tenaga Kerja

No	Tenaga Kerja	Jumlah	Persentase
1	1 - 5 Orang	30	93,8
2	5 - 10 Orang	1	3,1
3	> 10 Orang	1	3,1
Total		32	100,0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 8 menunjukkan bahwa 93,8% memiliki karyawan sebanyak 1-5 orang. Artinya usaha tersebut lebih banyak dikelola oleh mereka sendiri dalam satu keluarga. Hal ini cukup dipahami bahwa UMKM yang ada masih tergolong kecil sehingga dalam operasional usaha dilakukan sendiri oleh pemilik usaha di bantu keluarga.

4. Sumber Bahan Baku

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan sumber memperoleh bahan baku usaha:

Tabel 9. Sumber Bahan Baku

No	Sumber	Jumlah	Persentase
1	Dalam Provinsi	31	96,9
2	Luar Provinsi	1	3,1
Total		32	100,0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 9 menunjukkan bahwa UMKM mitra binaan Laz Energi Kebaikan Rokan, memperoleh bahan baku berasal dari dalam provinsi (96,9%). Hanya 3,1% bahan baku diambil dari luar provinsi. Artinya dengan kemudahan memperoleh bahan baku akan memperlancar proses produksi, dan biaya operasional relative rendah.

5. Jangkauan Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Salah satu definisi yang singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan². Berikut data karakteristik responden berdasarkan jangkauan pemasaran:

Tabel 10. Jangkauan Pemasaran

No	Jangkauan Pemasaran	Jumlah	Persentase
1	Dalam Kota	30	93,8
2	Luar Kota	2	6,2
Total		32	100.0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 10 menunjukkan bahwa UMKM Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan, memiliki jangkauan pemasaran produknya masih berada di dalam kota sebesar 93,8%, dan sisanya 6,2% jangkauan pemasarannya sampai di luar Kota Pekanbaru.

6. Pembukuan

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan kemampuan dalam melakukan pencatatan dan pembukuan:

Tabel 11. Aspek Pembukuan

No	Pembukuan	Jumlah	Persentase
1	Memiliki	13	40,6
2	Belum	19	59,4
	Total	32	100.0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 11 menunjukkan bahwa UMKM Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan, Sebagian besar belum memiliki pembukuan (59,4%) dan selebihnya (40,6%) telah memiliki pembukuan.

7. Rata-Rata Penjualan Perbulan

Pendapatan adalah “kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi ³. Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan rata-rata penjual perbulan:

Tabel 12. Rata-Rata Penjualan

No	Penjualan Perbulan	Jumlah	Persentase
1	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.500.000	28	87,5
2	Rp. 3.500.000 - Rp. 5.000.000	2	6,3
3	> Rp. 5.000.000	2	6,3
	Total	32	100.0

Sumber : Data Olahan, 2025

Tabel 12 menunjukkan bahwa Umkm Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan, mempunyai omset penjualan perbulan sebesar Rp 1.000.000-Rp 3.500.000 (87,5%). Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM perlu meningkatkan strategi dalam rangka meningkatkan omset penjualannya.

8. Relavansi Pengelolaan UMKM dengan pendidikan anak

Berikut data karakteristik responden dihubungkan dengan kemampuan pendidikan anak:

Tabel 13. Pengelolaan UMKM dan dampaknya terhadap Pendidikan Anak

No	Dampak Terhadap Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	Belum Mampu	10	31,3
2	Sudah Mampu	22	68,8
	Total	32	100.0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 13 menunjukkan bahwa UMKM Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan, diperoleh temuan bahwa usaha yang dikelola sudah mampu menopang pendidikan kepada anak (68,8%), dan sisanya (31,3%) belum mampu menopang pendidikan kepada anak.

9. Relavansi Pengelolaan UMKM dengan jaminan kesehatan keluarga

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan kemampuan hasil usaha untuk menjamin kesehatan keluarga:

Tabel 14. Pengelolaan UMKM dan dampaknya terhadap Kesehatan Keluarga

No	Kebutuhan Kesehatan Keluarga	Jumlah	Persentase
1	Belum Terpenuhi	11	34,4
2	Sudah Terpenuhi	21	65,6
	Total	32	100.0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 14 menunjukkan bahwa UMKM Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan, diperoleh temuan bahwa (65,6%) usahanya telah mampu memenuhi kebutuhan kesehatan keluarga, dan sisanya (34,4%) menyatakan belum mampu.

10. Pengelolaan UMKM dan dampaknya terhadap kebutuhan primer

Data karakteristik responden berdasarkan dari pengelolaan UMKM dan dampaknya terhadap kebutuhan primer:

Tabel 15. Dampak Memiliki Usaha dan pemenuhan Kebutuhan Primer

No	Kebutuhan Primer	Jumlah	Persentase
1	Belum Terpenuhi	10	31,3
2	Sudah Terpenuhi	22	68,8
Total		32	100.0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 15 diperoleh temuan (68,8%) Usaha yang dikelola telah mampu memenuhi kebutuhan primer, dan sisanya (31,2%) menyatakan bahwa kebutuhan primer belum dapat terpenuhi.

11. Keunggulan bersaing Tujuan dari sebuah bisnis adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya⁴. Keunggulan bersaing adalah sebuah keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan menawarkan konsumen nilai lebih. Ketika UMKM mampu menciptakan nilai unggul dalam persaingan maka UMKM akan mendapat banyak keuntungan. Tabel berikut menunjukkan keunggulan bersaing UMKM Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan:

Tabel 16. Keunggulan Bersaing

No	Keunggulan	Jumlah	Persentase
1	Harga, Kemasan, Merek, Promosi	1	3,1
2	Harga, Kualitas, Pelayanan	26	81,3
3	Harga, Kualitas, Pelayanan, Kemasan, Merek, Promosi	3	9,4
4	Harga, Kualitas, Promosi	1	3,1
5	Kemasan dan Merek	1	3,1
Total		32	100.0

Sumber: Data Olahan, 2025

Tabel 16 menunjukkan bahwa UMKM Mitra Binaan Laz Energi Kebaikan Rokan, memiliki keunggulan bersaing mengenai harga, kualitas dan pelayanan (81,3%), sisanya terkait dengan aspek lain seperti kemasan, harga, kualitas, pelayanan, merek, dan promosi.

KESIMPULAN

1. Motivasi Usaha dari UMKM untuk mengikuti kegiatan pemberdayaan relative masih rendah, sehingga harapan mereka jika diundang untuk diberikan pemberdayaan dalam bentuk bimtek atau pelatihan lainnya selalu dikaitkan dengan bantuan apa yang akan diterima.
2. UMKM yang diikutsertakan dalam bimtek selalu mengharap bantuan yang akan diberikan. Peserta bimtek menghubungkan kegiatan bimtek dengan uang transport, sebagai pengganti yang berangkutan tidak berjualan pada saat mengikuti bimtek
3. Sulit mengatur jadwal waktu untuk melakukan survey lapangan ketempat usaha dari UMKM
4. Sebagian besar UMKM kurang memahami pentingnya Tata Kelola Usaha, Perizinan Usaha, Jaminan Produk Halal, Manajemen Usaha, Motivasi Usaha, Merek Pengemasan dan Labeling, serta Pelayanan Pelanggan pembukuan dan jaringan pemasaran yang mampu mendukung pengembangan bisnisnya dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Fadhila, A., & Cahyono, A. B. (2017). Pembuatan webGIS untuk pemetaan Usaha Mikro Kecil



Menengah (UMKM) di Kabupaten Blitar. *Jurnal Teknik ITS*, 6(2), 2-7.
<https://doi.org/10.12962/j23373539.v6i2.23451>

G. Evangelista, A. Agustin, G. P. E. Putra, D. T. Pramesti, and H. Madiistriyatno, (2023). "Strategi umkm dalam menghadapi digitalisasi," *Jurnal Oikos-Nomos: : JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, vol. 16, no. 1, pp. 33-42.

Harnanto. (2019). *Dasar-Dasar Akuntansi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Hunter, A. P. G., & Bishop, A. P. I. (2012). Introduction to GIS. In *Introduction to GIS* (pp. 1-13). Retrieved from <http://www.sli.unimelb.edu.au/gisweb/%0ADr>

Kotler, Philip, dan Garry Armstrong. (2020). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan Kevin L. Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Lima Belas. Jakarta: Erlangga.

LPPI & Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: LPPI dan Bank Indonesia.

Utari, T., Dewi, N. P. M. (2014). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(12), 549-623.

Prasetyo, E. P. (2008). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran. *Akmenika UPY*, 2(1), 1-13.

Sushanty, Vera Rinbawani. (2020). *Hukum Perijinan*. Surabaya: UBHARA Press.

Wasis, Sugeng Yuli Irianto. (2018). *Ilmu Pengetahuan Alam*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.