



## Pendampingan Pengelolaan Zakat dan Infak dalam Mendorong Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan di Masyarakat Muhammadiyah untuk Mewujudkan SDGs 8

Supardi<sup>1\*</sup>, Muhammad Yani<sup>2</sup>, Dwi Sukma Wardani<sup>3</sup>, dan Arbiya Magfiroh Rohmi<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit No. 666 B, Sidowayah, Celep, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61271

\*Email koresponden: [supardi@umsida.ac.id](mailto:supardi@umsida.ac.id)

### ARTIKEL INFO

Article history  
Received: 18 Agu 2025  
Accepted: 22 Okt 2025  
Published: 30 Nov 2025

### Kata kunci:

pengelolaan,  
zakat infak,  
pembangunan  
ekonomi,  
pekerjaan layak,  
pertumbuhan ekonomi

### ABSTRAK

**Background:** Pendampingan pengelolaan zakat dan infak dalam mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan di kalangan masyarakat Muhammadiyah dilakukan sebagai bentuk kontribusi terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh potensi dana zakat dan infak Muhammadiyah yang besar namun belum sepenuhnya dimanfaatkan secara produktif. Tujuan utama program ini adalah mengembangkan strategi pendampingan yang efektif untuk mengubah pengelolaan zakat dari pola konsumtif menjadi produktif, sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi masyarakat. **Metode:** pengabdian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus pada program pendampingan Lembaga Amil Zakat, Infak, dan Sedekah Muhammadiyah (Lazismu) Sidoarjo. Kegiatan dilakukan selama tiga bulan melalui pelatihan manajemen keuangan, perhitungan HPP, pemasaran digital, dan sertifikasi halal terhadap 20 UMKM binaan. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan evaluasi pra-pasca pelatihan. **Hasil:** pendampingan menunjukkan peningkatan signifikan: 85% UMKM telah mampu melakukan pencatatan keuangan sederhana, 70% menerapkan strategi pemasaran digital, dan 40% telah memperoleh sertifikat halal. Selain itu, pendapatan rata-rata UMKM meningkat 25% dibandingkan sebelum pelatihan. **Kesimpulan:** Pendekatan holistik ini membuktikan bahwa pendampingan terstruktur mampu mentransformasi mustahiq menjadi muzakki, memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat, dan secara langsung mendukung pencapaian SDGs 8.

### Keywords:

management,  
zakat infaq,  
economic development,  
decent work,  
economic growth

### ABSTRACT

**Background:** Assistance in managing zakat and infaq among the Muhammadiyah community is carried out as a contribution to achieving Sustainable Development Goal (SDG) 8: Decent Work and Economic Growth. This program is motivated by the large potential of Muhammadiyah zakat and infaq funds that have not been fully utilized productively. The main objective of this activity is to develop effective mentoring strategies to transform the management of zakat funds from consumptive to productive, thereby increasing community income and economic independence. **The method:** used is a descriptive qualitative approach with a case study on the assistance program of the Muhammadiyah Zakat, Infaq, and Alms Institution (Lazismu) Sidoarjo. The program was carried out over three months through training on financial management, cost of goods sold (COGS) calculation, digital marketing, and halal certification for 20 MSMEs. Data were collected through interviews, observations, and pre- and post-training evaluations. **The results:** show significant improvements: 85% of MSMEs were able to record basic financial statements, 70% implemented digital



marketing strategies, and 40% obtained halal certificates. In addition, the average income of MSMEs increased by 25% after the training. **The conclusion:** This holistic approach demonstrates that structured assistance can transform mustahiq into muzakki, strengthen community economic independence, and directly contribute to the achievement of SDG 8.



© 2025 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

## PENDAHULUAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) merupakan wujud nyata dari Catur Dharma dari Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang bertujuan untuk mengimplementasikan pengetahuan akademis guna memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat (Supardi et al. 2025). Dalam konteks pembangunan nasional, penguatan ekonomi menjadi salah satu fokus utama. Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya SDGs 8 tentang Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, menyoroti pentingnya pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, penciptaan lapangan kerja, serta jaminan pekerjaan yang layak bagi semua (Sriyono et al. 2025).

Di sisi lain, zakat dan infak merupakan instrumen ekonomi Islam yang memiliki potensi besar untuk menjadi pendorong pembangunan. Dengan pengelolaan yang tepat, dana sosial ini dapat dialihkan dari pendekatan konsumtif menjadi produktif. Namun, tantangan utama yang sering dihadapi adalah belum optimalnya pengelolaan zakat dan infak, terutama di tingkat akar rumput. Organisasi Muhammadiyah, dengan jaringan yang kuat dan tersebar luas di seluruh Indonesia, memiliki peran strategis dalam menggerakkan perekonomian umat. Melalui lembaga amil zakatnya, Lazismu, Muhammadiyah secara aktif mengumpulkan dan mendistribusikan dana zakat, infak, dan sedekah. Namun, pengelolaan di tingkat masyarakat atau ranting terkadang masih membutuhkan pendampingan agar lebih profesional, transparan, dan berorientasi pada pemberdayaan ekonomi.

Program pengabdian ini hadir untuk menjawab gap tersebut, dengan fokus pada penguatan kapasitas pengelola zakat dan infak di masyarakat Muhammadiyah agar mampu mentransformasi dana umat menjadi modal produktif yang menopang UMKM. Dengan strategi pendampingan yang tepat, dana zakat tidak hanya menjadi instrumen sosial, tetapi juga motor penggerak ekonomi berkelanjutan. Program ini dirancang untuk membekali para pengelola dengan keterampilan manajerial, keuangan, dan digital, sehingga dana umat dapat digunakan secara lebih strategis untuk pengembangan usaha mikro dan kecil. Pendekatan ini sejalan dengan semangat SDGs 8 yang menekankan perluasan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Untuk memahami konteks pendampingan secara lebih mendalam, bagian berikut menjelaskan mekanisme zakat-infak dan tantangan pengelolaannya di lapangan. Kontribusi utama program ini adalah penerapan model *Transformasi Mustahiq–Muzakki* sebagai pendekatan baru dalam pengabdian ekonomi Islam berbasis pemberdayaan UMKM. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas pengelola zakat-infak dan UMKM binaan Lazismu agar mampu mengelola dana umat secara produktif serta mendukung kemandirian ekonomi berbasis filantropi Islam pada [gambar 1](#).



Gambar 1. Foto kegiatan perencanaan strategi pelatihan kepada UMKM binaan Lazismu

Zakat dan infak merupakan komponen penting dari filantropi Islam di Indonesia, khususnya dalam komunitas Muhammadiyah. Namun, dampaknya masih terbatas karena fokusnya lebih pada konsumtif daripada produktif, sehingga perlu adanya *reformulasi model pengelolaan dana zakat* agar mendukung pembangunan sosial-ekonomi masyarakat.

#### 1. Mekanisme Zakat dan Infak

- a) Zakat: Tindakan wajib bagi umat Islam dengan kekayaan melebihi ambang batas tertentu, yang bertujuan untuk pemurnian kekayaan dan pengentasan kemiskinan ([Karmilah Karmilah, Askari Zakariah, and Novita Novita 2024](#)).
- b) Infak: Sumbangan sukarela tanpa ambang batas tertentu, memberikan fleksibilitas dalam pemberian amal ([Hidayat, Apriyani, and Said 2022](#)).
- c) Shadaqah: Mirip dengan infak, ini menekankan pemberian sukarela untuk kesejahteraan sosial ([Hidayat et al. 2022](#)).

#### 2. Tantangan Manajemen Saat Ini

- a) Kesenjangan potensi dan realisasi: Indonesia memiliki potensi zakat sebesar Rp327 triliun, namun hanya Rp17 triliun yang terealisasi pada 2021 ([Maya Syafriana Effendi et al. 2022a](#)).
- b) Kapasitas kelembagaan: lembaga amil zakat masih menghadapi tantangan dalam kepemimpinan, transparansi, dan manajemen keuangan ([Maya Syafriana Effendi et al. 2022b](#)).

#### 3. Potensi Pemberdayaan Masyarakat

- a) Zakat produktif dapat meningkatkan kemandirian ekonomi melalui pemberian modal dan pelatihan usaha ([Karmilah Karmilah et al. 2024](#)).
- b) Upaya Muhammadiyah telah meningkatkan pengumpulan zakat hingga 26%, menunjukkan potensi besar untuk pertumbuhan ([Fauzi and Gunawan 2022](#)).



Gambar 2. Kesepakatan memberi pelatihan UMKM supaya meningkat dari Mustahiq ke Muzakki

Untuk mengoptimalkan potensi ini pada [gambar 2](#), diperlukan pendampingan UMKM secara komprehensif. Pendekatan Lazismu telah mencakup dukungan keuangan, pelatihan digital marketing, serta mentoring bisnis, yang terbukti mampu meningkatkan literasi keuangan dan daya saing UMKM ([Deti et al. 2024; Yasmina Amalia and Yuliawati Yuliawati 2024; Christi et al. 2024](#)). Selain itu, penguatan modal sosial melalui mentoring dan jejaring kolaboratif berperan penting dalam menjaga ketahanan UMKM selama krisis ([Ngoc and Vy 2022; Wibowo, Irfan, and Santoso 2021](#)).

Dalam konteks ini, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo berperan aktif dalam kegiatan “Transformasi Hebat: Mustahiq Berdaya, Muzakki Berkarya” melalui pendampingan UMKM binaan Lazismu. Kegiatan ini mencakup pengelolaan keuangan, perhitungan harga pokok produksi (HPP), digital marketing, dan sertifikasi halal, yang bertujuan mengubah posisi pelaku usaha dari mustahiq menjadi muzakki. Model transformasi mustahiq–muzakki ini merupakan inovasi strategis dalam penguatan ekonomi umat dan mendukung pencapaian SDGs 8 (DOI: 10.1016/j.jbusres.2023.113829).

Pemulihan ekonomi pascapandemi Covid-19 menuntut dukungan komprehensif bagi pelaku UMKM, tidak hanya dalam bentuk modal, tetapi juga pelatihan dan pendampingan usaha. Inisiatif Lazismu menjadi contoh model filantropi produktif yang menggabungkan ketiga aspek tersebut untuk memperkuat daya saing UMKM binaannya. Bentuk dukungan Lazismu terhadap UMKM mencakup tiga komponen utama:

- (1) bantuan keuangan untuk stabilisasi usaha pascapandemi ([Deti et al. 2024](#)),
- (2) pelatihan digital marketing dan manajemen operasional untuk memperkuat daya saing ([Yasmina Amalia and Yuliawati Yuliawati 2024; Christi et al. 2024](#)), dan
- (3) mentoring bisnis untuk memperkuat modal sosial serta adaptabilitas terhadap krisis ([Ngoc and Vy 2022; Wibowo, Irfan, and Santoso 2021](#)).

Sementara fokus pada modal keuangan dan intelektual sangat penting, beberapa berpendapat bahwa tantangan yang melekat yang dihadapi oleh UKM, seperti akses terbatas ke pasar dan sumber daya, dapat menghambat efektivitas inisiatif ini. Mengatasi hambatan-hambatan ini sangat penting untuk pertumbuhan berkelanjutan. Sebagaimana yang dilakukan tim dari umsida Pendampingan Strategi UMKM di Era Digital Melalui Pencatatan Keuangan, Penghitungan Harga Pokok Produksi dan Manajemen Pemasaran untuk Dapat Naik Kelas



(Supardi, Sriyono, and Hermawan 2023). Program pendampingan Lazismu terhadap Al Fattah Bakery menjadi contoh nyata penerapan strategi sosiopreneurship di tingkat akar rumput. Melalui program ini, santri memperoleh pengalaman kewirausahaan dan pelatihan bisnis praktis, sehingga tercipta ekosistem pemberdayaan ekonomi di lingkungan pesantren.

Inisiatif Lazismus untuk mendukung Al Fattah Bakery mencontohkan komitmen yang lebih luas untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sidoarjo, khususnya dalam komunitas pesantren. Pendekatan ini tidak hanya menumbuhkan kewirausahaan di kalangan siswa (santri) tetapi juga sejalan dengan berbagai strategi pemberdayaan yang diidentifikasi dalam penelitian terbaru.

Strategi pemberdayaan Lazismu mengintegrasikan gerakan sosiopreneur (Maulana and Murti 2021) dan pendidikan kewirausahaan UMKM (Ulfah and Setiawaty 2024; Hayati, Febrianti, and Silmi 2024). Pendekatan ini terbukti meningkatkan keterampilan santri, akses pasar, dan legalitas usaha, sehingga memperkuat keberlanjutan ekonomi lokal (Suharyati, Tati Handayani, and Kery Utami 2023; Hayati et al. 2024). Program "Transformasi Hebat: Mustahiq Berdaya, Muzakki Berkarya" menjadi bentuk komitmen UMSIDA bersama Lazismu dan BSI dalam mendorong **perubahan status UMKM binaan dari mustahiq menjadi muzakki** melalui pelatihan pengelolaan keuangan, perhitungan HPP, digital marketing, dan sertifikasi halal.

## MASALAH

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) binaan Lazismu Sidoarjo yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah sistem produksi dan pengelolaan usaha yang masih dilakukan secara konvensional, sehingga belum mampu memberikan peningkatan pendapatan secara signifikan.

Persoalan yang muncul antara lain:

1. **Manajemen Keuangan yang Lemah**, Sebagian besar UMKM belum memiliki pencatatan keuangan yang rapi dan terstruktur. Pencampuran keuangan pribadi dan usaha masih sering terjadi, sehingga sulit untuk mengetahui kondisi riil laba rugi usaha.
2. **Belum Memahami Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)**, UMKM kesulitan menentukan harga jual yang tepat karena tidak menghitung biaya produksi secara menyeluruh. Hal ini menyebabkan margin keuntungan rendah dan daya saing produk kurang kuat.
3. **Minimnya Pemanfaatan Digital Marketing**, Promosi produk masih terbatas pada cara tradisional dari mulut ke mulut. Mitra belum memanfaatkan platform digital seperti media sosial, marketplace, atau strategi pemasaran online lain yang dapat memperluas jangkauan pasar.
4. **Belum Memiliki Sertifikat Halal**, Sebagian UMKM belum memiliki sertifikat halal resmi, sehingga mengurangi tingkat kepercayaan konsumen, khususnya di kalangan masyarakat Muslim yang sangat memperhatikan aspek kehalalan produk.
5. **Kebutuhan Transformasi dari Mustahiq menjadi Muzakki**, Banyak pelaku UMKM binaan Lazismu masih berada pada posisi sebagai penerima zakat (mustahiq). Tantangannya adalah bagaimana memberdayakan mereka agar naik kelas, mandiri secara ekonomi, hingga mampu menjadi muzakki (pemberi zakat).



Berdasarkan permasalahan tersebut, kebutuhan utama mitra adalah adanya pendampingan intensif dalam aspek manajemen keuangan, perhitungan HPP, strategi digital marketing, sertifikasi halal, serta motivasi kewirausahaan. Dengan intervensi tersebut diharapkan target kegiatan, yaitu peningkatan kinerja dan kemandirian UMKM, dapat tercapai dan berkontribusi terhadap pencapaian **SDGs 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi**.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pendampingan partisipatif dipilih karena memungkinkan kolaborasi langsung antara tim pengabdi dan mitra. Pendekatan ini efektif untuk mengubah perilaku pengelolaan usaha dan memperkuat kapasitas melalui praktik langsung, sesuai model *community based empowerment*. Pada dasarnya, pengusaha UMKM minuman dan makanan binaan Lazismu Sidoarjo sistem produksi masih secara konvensional. Belum menerapkan manajemen Keuangan, Perhitungan Harga Pokok Prduksi dan Digital Marketing. Pengabdi memberikan edukasi kepada seluruh pengusaha UMKM binaan Lazismu Sidoarjo untuk dapat meningkatkan Pendapatan dan meningkatkan dari mustahiq menjadi muzakki. Kemudian waktu pelatihan dibagi Empat tim yaitu pertama tim manajemen keuangan dan pembuatan HPP, kedua tim Digital Marketing, ketiga tim Halal dan keempat tim motivasi meningkatkan dari mustahiq menuju muzakki.

Sistem pelatihan dengan mengundang para pengusaha UMKM binaan Lazismu Sidoarjo yang dihadiri sebanyak 20 UMKM untuk diberikan edukasi secara bersama sama. Kegiatan dilaksanakan selama tiga bulan (Februari–April 2025) di kantor Lazismu Sidoarjo dan beberapa lokasi usaha mitra.

Setelah diberikan edukasi dilakukan monitoring dan dibanding sebelum dilatih dengan setelah diberikan pelatihan pada **tabel 1**. Tahapan pelatihan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

Tahap	Kegiatan	Output
1	Sosialisasi program & koordinasi mitra	Kesepakatan jadwal dan kebutuhan pelatihan
2	Pelatihan manajemen keuangan & HPP	UMKM mampu membuat laporan keuangan & menghitung HPP
3	Pelatihan digital marketing & halal	UMKM mengelola akun digital & menyiapkan dokumen sertifikasi
4	Monitoring & evaluasi	Laporan capaian peningkatan kemampuan & omzet

### 1) UMKM Sosialisasi program & koordinasi mitra

Kegiatan dimulai dengan tahap sosialisasi program dan koordinasi mitra yang bertujuan untuk menyamakan persepsi antara tim pengabdi, Lazismu Sidoarjo, dan para pelaku UMKM binaan. Pada tahap ini dilakukan pemetaan kebutuhan pelatihan, penjadwalan kegiatan, serta pembagian peran dan tanggung jawab setiap pihak. Hasil koordinasi dituangkan dalam notulen dan kesepakatan kerja sama sebagai dasar pelaksanaan pendampingan berikutnya.



Pelatihan ini bertujuan untuk membekali para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam mengelola keuangan usaha mereka secara efektif. Setelah mengikuti pelatihan ini, peserta diharapkan mampu:

1. Memahami pentingnya pencatatan keuangan yang teratur.
2. Menyusun laporan keuangan sederhana (arus kas, laba rugi).
3. Melakukan analisis keuangan dasar untuk pengambilan keputusan.
4. Merencanakan anggaran dan mengelola utang piutang dengan baik.
5. Memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha.

Sesi 1: Memahami Dasar-Dasar Keuangan UMKM

A. Mengapa Pengelolaan Keuangan Itu Penting?

1. Menghindari Kebangkrutan: Pengelolaan keuangan yang buruk adalah salah satu penyebab utama kegagalan UMKM.
2. Mengukur Kinerja Usaha: Dengan laporan keuangan, Anda bisa tahu apakah usaha Anda untung atau rugi, serta sehat secara finansial.
3. Mengajukan Pinjaman: Bank atau lembaga keuangan lain akan lebih percaya dan bersedia memberikan pinjaman jika Anda memiliki laporan keuangan yang rapi.
4. Mengambil Keputusan Tepat: Data keuangan membantu Anda menentukan harga jual, mengendalikan biaya, dan merencanakan pengembangan usaha.

B. Memisahkan Keuangan Pribadi dan Usaha

Pentingnya Pemisahan: Ini adalah langkah pertama dan paling krusial. Mencampurkan uang pribadi dan usaha seringkali menjadi sumber masalah.

Cara Memisahkan:

1. Buka rekening bank terpisah untuk usaha.
2. Tetapkan gaji bulanan untuk diri sendiri.
3. Hindari menggunakan uang usaha untuk kebutuhan pribadi yang tidak terkait.

C. Mengenal Pencatatan Sederhana

Apa yang Perlu Dicatat?

1. Pemasukan: Semua uang yang masuk dari hasil penjualan, pinjaman, atau investasi.
2. Pengeluaran: Semua uang yang keluar, termasuk bahan baku, gaji karyawan, sewa tempat, listrik, dan biaya operasional lainnya.

Metode Pencatatan:

1. Manual: Menggunakan buku catatan atau buku kas sederhana.
2. Digital: Menggunakan spreadsheet (seperti Microsoft Excel atau Google Sheets) atau aplikasi akuntansi sederhana untuk UMKM.

Sesi 2: Menyusun Laporan Keuangan Sederhana

A. Laporan Arus Kas (Cash Flow)

Tujuan: Untuk melihat pergerakan uang tunai yang masuk dan keluar dalam periode tertentu.

Komponen:

1. Kas Masuk: Penjualan tunai, piutang yang tertagih.
2. Kas Keluar: Pembelian bahan baku, bayar gaji, biaya operasional.
3. Manfaat: Membantu Anda memastikan bahwa uang tunai selalu tersedia untuk operasional sehari-hari.



## B. Laporan Laba Rugi

Tujuan: Untuk mengetahui apakah usaha Anda menghasilkan keuntungan atau kerugian dalam satu periode.

Rumus Sederhana:

1. Laba Kotor: Pendapatan Penjualan - Harga Pokok Penjualan (HPP)
2. Laba Bersih: Laba Kotor - Biaya Operasional (gaji, sewa, listrik, dll.)
3. Manfaat: Menilai profitabilitas usaha Anda.

## Sesi 3: Menganalisis Keuangan dan Pengambilan Keputusan

### A. Analisis Keuangan Dasar

1. Menganalisis Laba: Bandingkan laba dari bulan ke bulan. Jika laba menurun, cari tahu penyebabnya (penjualan turun atau biaya naik).
2. Analisis Biaya: Identifikasi biaya mana yang paling besar. Cari cara untuk menghemat biaya tanpa mengganggu kualitas. Contoh: mencari pemasok yang lebih murah.

### B. Mengelola Anggaran dan Utang Piutang

Menyusun Anggaran: Buat rencana pengeluaran dan pemasukan untuk periode tertentu (misalnya, per bulan). Tujuannya adalah untuk mengendalikan pengeluaran dan memastikan dana tersedia untuk hal-hal penting.

### Manajemen Piutang:

1. Buat faktur yang jelas dengan batas waktu pembayaran.
2. Lakukan penagihan secara profesional dan tepat waktu.

### Manajemen Utang:

1. Catat semua utang Anda.
2. Prioritaskan utang dengan bunga tinggi.
3. Hindari mengambil utang baru jika tidak benar-benar diperlukan.

## Sesi 4: Praktik dan Studi Kasus

1. Latihan Mandiri: Peserta diberikan contoh kasus UMKM untuk mempraktikkan pencatatan dan penyusunan laporan keuangan sederhana.
2. Diskusi Kelompok: Menganalisis studi kasus bersama-sama dan mendiskusikan solusi untuk masalah keuangan yang dihadapi.
3. Sesi Tanya Jawab: Peserta bisa bertanya langsung tentang masalah keuangan yang mereka hadapi dalam usaha mereka.

Pengelolaan keuangan yang baik bukanlah hal yang rumit, melainkan kebiasaan yang harus terus diterapkan. Mulailah dari hal sederhana seperti memisahkan rekening dan mencatat setiap transaksi. Dengan komitmen dan konsistensi, Anda bisa mengelola keuangan UMKM Anda menuju kesuksesan yang berkelanjutan.

### Aksi Nyata:

1. Bulan Ini: Mulai pisahkan rekening bank usaha dan pribadi.
2. Minggu Depan: Catat semua pemasukan dan pengeluaran harian.
3. Setiap Bulan: Susun laporan arus kas dan laporan laba rugi sederhana.



## 2) Pelatihan manajemen keuangan & HPP

Harga Pokok Produksi (HPP) adalah total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk atau jasa. Menghitung HPP dengan benar sangat penting untuk menentukan harga jual yang tepat, mengetahui keuntungan, dan membuat keputusan bisnis yang lebih baik.

Kenapa HPP itu Penting?

1. Menentukan Harga Jual: Dengan mengetahui HPP, Anda bisa menetapkan harga jual yang bisa menutupi semua biaya produksi dan memberikan keuntungan.
2. Mengukur Keuntungan: HPP membantu Anda mengetahui berapa laba kotor yang Anda dapatkan dari setiap produk yang terjual.
3. Pengambilan Keputusan Bisnis: Data HPP dapat membantu Anda mengevaluasi apakah proses produksi sudah efisien atau perlu diperbaiki.

### Komponen Utama HPP

Untuk menghitung HPP, Anda perlu mengumpulkan data dari tiga komponen utama:

1. Biaya Bahan Baku Langsung: Ini adalah semua biaya untuk bahan-bahan utama yang langsung digunakan dalam proses produksi. Contoh: Untuk pabrik roti, biaya bahan baku langsungnya adalah tepung, gula, telur, dan ragi.
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung: Ini adalah upah atau gaji yang dibayarkan kepada karyawan yang terlibat langsung dalam membuat produk. Contoh: Gaji koki dan tukang roti di pabrik roti.
3. Biaya Overhead Pabrik: Ini adalah biaya-biaya lain yang terkait dengan proses produksi, tetapi tidak bisa langsung dihubungkan dengan produk tertentu. Contoh: Biaya listrik pabrik, sewa gedung pabrik, biaya perawatan mesin, dan gaji mandor.

### Rumus Praktis Menghitung HPP

Menghitung HPP bisa dilakukan dengan langkah-langkah sederhana berikut:

Langkah 1: Hitung Total Biaya Produksi

Total Biaya Produksi = Biaya Bahan Baku Langsung + Biaya Tenaga Kerja Langsung + Biaya Overhead Pabrik.

Langkah 2: Hitung Harga Pokok Produksi (HPP)

HPP = Total Biaya Produksi + Persediaan Barang dalam Proses Awal - Persediaan Barang dalam Proses Akhir.

Penjelasan:

1. Persediaan Barang dalam Proses Awal: Nilai produk yang belum selesai di awal periode (misalnya, di awal bulan).
2. Persediaan Barang dalam Proses Akhir: Nilai produk yang belum selesai di akhir periode (misalnya, di akhir bulan).

Langkah 3: Hitung Harga Pokok Penjualan (HPPJ)

Setelah mendapatkan HPP, Anda bisa menghitung HPPJ atau Cost of Goods Sold (COGS), yaitu biaya produk yang berhasil Anda jual.

HPPJ = HPP + Persediaan Barang Jadi Awal - Persediaan Barang Jadi Akhir.

Penjelasan:

1. Persediaan Barang Jadi Awal: Nilai produk yang sudah selesai dibuat tetapi belum terjual di awal periode.
2. Persediaan Barang Jadi Akhir: Nilai produk yang sudah selesai dibuat tetapi belum terjual di akhir periode.

Studi Kasus: Menghitung HPP Roti

Periode: Bulan Januari 2024

Data:

1. Biaya Bahan Baku Langsung (tepung, gula, dll.): Rp5.000.000
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung (gaji tukang roti): Rp3.000.000
3. Biaya Overhead Pabrik (listrik, sewa, dll.): Rp2.000.000
4. Persediaan Barang dalam Proses Awal (1 Januari): Rp500.000
5. Persediaan Barang dalam Proses Akhir (31 Januari): Rp700.000
6. Persediaan Barang Jadi Awal (1 Januari): Rp1.000.000
7. Persediaan Barang Jadi Akhir (31 Januari): Rp1.500.000

Perhitungan:

Total Biaya Produksi: Rp5.000.000 + Rp3.000.000 + Rp2.000.000 = Rp10.000.000

Harga Pokok Produksi (HPP): Rp10.000.000 + Rp500.000 - Rp700.000 = Rp9.800.000

Harga Pokok Penjualan (HPPJ): Rp9.800.000 + Rp1.000.000 - Rp1.500.000 = Rp9.300.000

Jadi, HPP untuk bulan Januari adalah Rp9.800.000. Angka ini menunjukkan total biaya yang dihabiskan untuk memproduksi roti selama bulan tersebut.



Gambar 3. Pemateri manajemen Keuangan dan materi Pembuatan HPP

Metode Full Costing pada [gambar 3](#) dalam penentuan harga pokok produksi dianggap sangat penting karena metode ini memasukkan secara lebih rinci komponen-komponen biaya yang diperlukan dalam proses produksi ([Titania Nurul Haliza et al. 2023](#)). Penggunaan metode ini berdampak pada penetapan harga jual dan laba yang didapatkan. Penggunaan metode Full Costing diharapkan bisa menjadi alat bantu yang efektif bagi pengusaha UKM. Sebelum menghitung harga pokok penjualan, pengusaha harus memahami komponen-komponen apa saja yang menjadi faktor penentu HPP ini. Dengan menghitung HPP berdasarkan komponen-komponennya, pengusaha dapat menghindari kesalahan dalam menetapkan harga ([Supardi et al. 2023](#)). Hal ini membantu perusahaan untuk tetap bersaing dan menghadapi perubahan pasar. Sejalan dengan penelitian oleh [Kurniawati et al. \(2021\)](#), terdapat tiga komponen penting dalam



menghitung HPP, yakni persediaan awal barang jadi, pembelian bersih, dan persediaan akhir barang jadi (Anitasari et al. 2021).

### 3). Digital Marketing & Sertifikasi Halal

Pemasaran digital mengacu pada semua upaya pemasaran yang menggunakan perangkat elektronik atau internet. Pemasaran digital memanfaatkan kanal-kanal digital seperti mesin pencari, media sosial, email, dan situs web untuk terhubung dengan pelanggan tetap dan calon pelanggan. Berbeda dengan pemasaran tradisional pada [gambar 4](#) (seperti iklan cetak atau papan reklame), pemasaran digital memungkinkan pelacakan hasil secara real-time, kampanye yang lebih terarah, dan pengalaman yang lebih personal bagi konsumen. Berikut adalah rincian komponen utama Pemasaran Digital dengan contoh:

1. Optimasi Mesin Pencari (SEO). SEO adalah proses mengoptimalkan situs web Anda agar mendapat peringkat lebih tinggi di halaman hasil mesin pencari (SERP), sehingga meningkatkan jumlah lalu lintas organik (tidak berbayar) yang diterima situs web Anda. Penjelasan: Ketika seseorang mencari produk atau layanan secara online, Anda ingin bisnis Anda muncul di salah satu hasil teratas. SEO melibatkan penggunaan kata kunci yang relevan, pembuatan konten berkualitas tinggi, dan membangun profil backlink yang kuat untuk meningkatkan otoritas dan visibilitas situs Anda.

Contoh: A bakery in Jakarta wants to attract new customers. They write a blog post titled "Top 5 Kue Ulang Tahun Kekinian di Jakarta" (Top 5 Contemporary Birthday Cakes in Jakarta). They optimize the post with keywords like "kue ulang tahun Jakarta," "pesan kue ulang tahun online," and "birthday cake delivery Jakarta." When someone searches for these terms, their blog post appears, driving traffic to their website and potentially leading to a sale.

### 2. Pemasaran Mesin Pencari (SEM)

SEM adalah istilah yang lebih luas yang mencakup SEO tetapi juga mencakup strategi pemasaran berbayar untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari. Bentuk SEM yang paling umum adalah iklan Bayar Per Klik (PPC). Penjelasan: Anda menawarkan kata kunci, dan iklan Anda muncul di bagian atas hasil pencarian dengan label "Iklan" kecil. Anda hanya membayar ketika seseorang mengklik iklan Anda.

Contoh: Toko roti yang sama menjalankan kampanye Google Ads untuk kata kunci "kue ulang tahun custom Jakarta". Saat pengguna menelusuri kata kunci ini, iklan mereka akan muncul di bagian atas halaman. Pengguna mengklik iklan tersebut, membuka situs web toko roti, dan memesan. Toko roti tersebut membayar Google sedikit biaya untuk klik tersebut, yang menghasilkan konversi langsung.

### 3. Pemasaran Media Sosial (SMM)

SMM melibatkan penggunaan platform media sosial untuk terhubung dengan audiens Anda, membangun merek Anda, dan mendorong penjualan. Penjelasan: Ini mencakup pembuatan dan pembagian konten di platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok. Ini juga mencakup menjalankan kampanye iklan berbayar di platform-platform ini, berinteraksi dengan pengikut, dan menggunakan analitik untuk mengukur keberhasilan.

Contoh: Sebuah merek fesyen membuat serangkaian Reel di Instagram yang menampilkan koleksi terbaru mereka. Mereka menggunakan musik yang sedang tren dan tagar seperti #OOTD (Outfit of the Day) dan #fashontiktok. Mereka juga menjalankan kampanye iklan



bertarget di Instagram dan Facebook, menampilkan koleksi terbaru mereka kepada pengguna yang sebelumnya telah menunjukkan minat pada fesyen atau mengikuti merek serupa. Kampanye ini mendorong trafik ke toko online mereka dan meningkatkan penjualan.

#### 4. Pemasaran Konten

Pemasaran konten berfokus pada pembuatan dan pendistribusian konten yang bernali, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens yang ditentukan dengan jelas. Penjelasan: Tujuannya adalah menyediakan informasi bermanfaat yang memecahkan masalah atau menghibur audiens target Anda, sekaligus membangun merek Anda sebagai otoritas tepercaya. Ini dapat mencakup postingan blog, artikel, video, podcast, dan infografis.

Contoh: Sebuah perusahaan konsultan keuangan membuat kanal YouTube tempat mereka mengunggah video mingguan yang menjelaskan konsep keuangan yang kompleks dengan cara yang sederhana dan mudah dipahami, seperti "Cara Mengelola Gaji Agar Tidak Cepat Habis". Mereka tidak langsung menjual jasa mereka di setiap video, tetapi dengan menyediakan konten yang berharga, mereka membangun kepercayaan dan pengenalan merek. Ketika penonton membutuhkan nasihat keuangan profesional, perusahaan tersebut adalah yang pertama mereka pikirkan.

#### 5. Pemasaran Email

Pemasaran email adalah cara yang sangat efektif untuk berkomunikasi langsung dengan audiens Anda. Penjelasan: Anda dapat mengirimkan buletin, promosi, dan pesan yang dipersonalisasi ke daftar pelanggan. Ini cara yang bagus untuk memelihara prospek dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Contoh: Sebuah toko e-commerce mengirimkan buletin mingguan kepada pelanggannya, yang berisi produk baru, diskon khusus, dan rekomendasi produk yang dipersonalisasi berdasarkan pembelian mereka sebelumnya. Seorang pelanggan yang sebelumnya telah membeli produk perawatan kulit menerima email berisi kode diskon 15% untuk serum wajah baru. Penawaran yang dipersonalisasi ini mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian lagi.

#### 6. Pemasaran Afiliasi

Pemasaran afiliasi melibatkan kemitraan dengan individu atau bisnis (afiliasi) untuk mempromosikan produk atau layanan Anda dengan imbalan komisi pada setiap penjualan. Penjelasan: Afiliasi mendapatkan komisi untuk setiap pengunjung atau pelanggan yang mereka bawa. Ini adalah saluran pemasaran berbasis kinerja.

Contoh: Seorang blogger perjalanan menulis ulasan tentang sebuah hotel di Bali. Di dalam postingan blog tersebut, ia menyertakan tautan khusus (tautan afiliasi) ke situs web pemesanan hotel tersebut. Ketika pembaca mengeklik tautan tersebut dan memesan kamar, pihak hotel akan membayar blogger perjalanan tersebut sebagian kecil dari biaya pemesanan. Ini menguntungkan: blogger mendapatkan uang, dan hotel mendapatkan pelanggan baru.



Gambar 4. Pemateri Digital Marketing

## Certificate Halal

### Apa Itu Sertifikat Halal?

Sertifikat Halal adalah sebuah fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) atau Lembaga Halal yang berwenang, yang menyatakan bahwa suatu produk telah memenuhi syarat-syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat ini menjadi bukti otentik bahwa bahan baku, proses produksi, pengemasan, hingga pendistribusian produk tersebut bebas dari unsur-unsur yang diharamkan (seperti babi, alkohol, atau najis) dan telah diproses secara higienis dan suci. Di Indonesia, kewenangan penyelenggaraan Jaminan Produk Halal berada di bawah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Kementerian Agama. Namun, penetapan kehalalan produk tetap dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui sidang fatwa [gambar 5](#) materi halal.

### Mengapa Sertifikat Halal Penting?

- 1) Perlindungan Konsumen Muslim: Bagi mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam, mengonsumsi produk halal adalah kewajiban agama. Sertifikat ini memberikan ketenangan dan jaminan bagi konsumen bahwa produk yang mereka beli atau gunakan benar-benar halal dan aman.
- 2) Meningkatkan Kepercayaan dan Daya Saing: Produk yang memiliki logo Halal akan lebih dipercaya oleh konsumen, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di pasar global, terutama di negara-negara mayoritas Muslim. Hal ini bisa menjadi unique selling point (USP) yang membedakan produk Anda dari kompetitor.
- 3) Memperluas Jangkauan Pasar: Dengan sertifikat halal, produk dapat masuk ke pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional yang mewajibkan sertifikasi halal. Ini membuka peluang ekspor dan pertumbuhan bisnis yang signifikan.
- 4) Standar Kualitas dan Keamanan: Untuk mendapatkan sertifikat halal, produsen harus mematuhi standar yang ketat dalam proses produksi, mulai dari bahan baku hingga kebersihan fasilitas. Hal ini secara tidak langsung meningkatkan kualitas dan keamanan produk secara keseluruhan.

### Contoh Penerapan Sertifikat Halal

Berikut adalah beberapa contoh produk dan bisnis yang memerlukan Sertifikat Halal dan bagaimana penerapannya:

#### Contoh 1: Produk Makanan

Produk: Mie Instan merk "Lezat"



Penerapan:

- 1) Bahan Baku: Produsen mie instan ini harus memastikan semua bahan baku yang digunakan, seperti tepung terigu, minyak, bumbu, dan bahan tambahan lainnya, berasal dari sumber yang halal. Misalnya, perisa daging sapi yang digunakan harus berasal dari sapi yang disembelih sesuai syariat Islam.
- 2) Proses Produksi: Selama proses pembuatan, fasilitas produksi harus terbebas dari kontaminasi bahan haram. Mesin dan peralatan yang digunakan untuk membuat produk halal tidak boleh digunakan untuk produk non-halal.
- 3) Penyelia Halal: Produsen harus memiliki Penyelia Halal (biasanya dari tim internal yang sudah tersertifikasi) yang bertugas memastikan semua proses produksi berjalan sesuai dengan Sistem Jaminan Halal (SJH).
- 4) Sertifikat dan Logo: Setelah melalui audit oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan sidang fatwa di MUI, mie instan "Lezat" akan mendapatkan Sertifikat Halal dan berhak mencantumkan logo Halal pada kemasannya. Ini memberikan keyakinan penuh kepada konsumen Muslim saat berbelanja.

Contoh 2: Restoran atau Warung Makan

Bisnis: Sebuah restoran masakan Padang

Penerapan:

- 1) Bahan Makanan: Restoran harus memastikan semua bahan, seperti daging sapi, ayam, dan bahan masakan lainnya, berasal dari pemasok yang juga bersertifikat halal. Minyak goreng, bumbu, hingga penyedap rasa yang digunakan juga harus halal.
- 2) Dapur dan Peralatan: Dapur restoran harus dijaga kebersihannya dan tidak boleh ada pemisahan alat masak atau penyimpanan bahan antara yang halal dan haram.
- 3) Proses Penyajian: Proses memasak hingga penyajian makanan harus bebas dari kontaminasi.
- 4) Sertifikat dan Logo: Restoran yang telah bersertifikat halal akan memasang logo Halal di bagian depan restoran, di menu, atau di meja kasir. Hal ini meyakinkan pelanggan bahwa semua hidangan yang disajikan aman untuk dikonsumsi sesuai syariat Islam.

Contoh 3: Produk Kosmetik

Produk: Pelembap Wajah merk "Cerah Alami"

Penerapan:

- 1) Bahan Aktif: Produsen harus memastikan bahan-bahan yang digunakan, seperti kolagen, gliserin, atau zat pewangi, tidak berasal dari sumber yang haram. Misalnya, kolagen tidak boleh dari babi.
- 2) Proses Pembuatan: Pabrik kosmetik harus memisahkan jalur produksi untuk produk halal dan non-halal (jika ada) untuk menghindari kontaminasi silang.
- 3) Sertifikat dan Logo: Setelah mendapatkan Sertifikat Halal, produk pelembap wajah "Cerah Alami" dapat mencantumkan logo Halal pada kemasan, menarik konsumen Muslim yang peduli dengan kehalalan produk perawatan pribadi mereka.

Alur Singkat Mendapatkan Sertifikat Halal

- 1) Pendaftaran: Pelaku usaha mendaftar secara online melalui sistem SIHALAL milik BPJPH.
- 2) Verifikasi Dokumen: BPJPH melakukan verifikasi kelengkapan dokumen yang diajukan.

- 3) Audit LPH: Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) yang ditunjuk akan melakukan audit ke lokasi produksi untuk memeriksa bahan, proses, dan fasilitas.
- 4) Sidang Fatwa: Hasil audit disampaikan kepada Komisi Fatwa MUI untuk sidang penetapan kehalalan produk.
- 5) Penerbitan Sertifikat: Jika produk dinyatakan halal, BPJPH akan menerbitkan Sertifikat Halal.



Gambar 5. Pemateri Halal dari BDO Islamic Ecosystem BSI Region Surabaya

#### 4.) Monitoring & Evaluasi (coaching lapangan)

Tahapan monitoring dan evaluasi (M&E) dilaksanakan sebagai bagian integral dari proses pendampingan untuk memastikan bahwa setiap kegiatan pelatihan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas dan kinerja mitra. Monitoring dilakukan secara berkelanjutan selama tiga bulan pelaksanaan melalui kombinasi kunjungan lapangan langsung (coaching lapangan) dan pendampingan daring melalui grup komunikasi mitra. Pendekatan coaching lapangan memungkinkan tim pengabdi memberikan bimbingan personal di lokasi usaha mitra, mengamati penerapan hasil pelatihan, dan membantu menyelesaikan kendala teknis secara langsung. Secara operasional, kegiatan monitoring berfokus pada empat aspek utama, yaitu: penerapan sistem pencatatan keuangan dan penyusunan laporan sederhana, perhitungan dan penerapan harga pokok produksi (HPP) yang tepat, konsistensi aktivitas pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, serta progres kelengkapan dokumen sertifikasi halal.

Evaluasi dilakukan menggunakan instrumen pre-post test, lembar observasi, dan kuesioner kepuasan peserta. Analisis hasil dilakukan dengan membandingkan kondisi awal dan akhir pelatihan untuk mengukur peningkatan kompetensi mitra. Hasil monitoring menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan, di mana 85% peserta mampu membuat laporan keuangan sederhana, 70% mulai menerapkan strategi pemasaran digital secara aktif, dan 40% telah menyelesaikan dokumen awal sertifikasi halal. Selain itu, terjadi kenaikan omzet rata-rata sebesar 25% dibandingkan sebelum program pendampingan.

Temuan lapangan juga menunjukkan bahwa coaching lapangan efektif meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi mitra untuk menerapkan praktik manajemen usaha yang lebih profesional. Beberapa UMKM bahkan menginisiasi kolaborasi antar peserta, seperti berbagi bahan baku dan promosi silang antar produk. Hasil evaluasi kemudian dirumuskan dalam bentuk laporan capaian dan rekomendasi perbaikan sebagai dasar keberlanjutan program di periode berikutnya.

Secara keseluruhan, tahapan monitoring dan coaching lapangan tidak hanya berfungsi sebagai alat kontrol capaian kegiatan, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran dua arah antara tim



pengabdi dan mitra untuk memastikan keberlanjutan dampak ekonomi dan sosial dari program pendampingan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Mustahiq adalah sebutan untuk orang atau golongan yang berhak menerima zakat. Sedangkan Muzakki adalah orang atau individu yang wajib mengeluarkan zakat karena sudah memenuhi syarat-syarat tertentu (nisab dan haul). Perjalanan dari status mustahiq menuju muzakki adalah sebuah transformasi sosial dan ekonomi yang sangat diidamkan dalam ajaran Islam. Ini bukan sekadar perubahan status finansial, tetapi juga perubahan peran dari penerima manfaat menjadi pemberi manfaat.

Hasil evaluasi lapangan menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas usaha mitra. Secara kuantitatif, 85% peserta telah mampu menyusun laporan keuangan sederhana menggunakan format arus kas dan laba rugi, 70% mulai menerapkan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, serta 40% telah menyelesaikan dokumen awal sertifikasi halal. Selain itu, terjadi kenaikan rata-rata omzet usaha sebesar 25% dibandingkan sebelum kegiatan dilaksanakan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan manajemen keuangan, digital marketing, dan pendampingan halal mampu memperkuat kemandirian ekonomi para pelaku UMKM binaan Lazismu.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Deti et al. 2024) dan (Yasmina Amalia and Yuliawati Yuliawati 2024) yang menegaskan bahwa pelatihan terintegrasi berbasis pendampingan langsung dapat meningkatkan daya saing UMKM dan mempercepat proses adaptasi terhadap ekosistem digital. Hal ini memperkuat bukti bahwa pendekatan filantropi produktif melalui dana zakat-infak dapat menjadi strategi efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. Hasil evaluasi lapangan menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan memberikan dampak nyata..." dan diakhiri dengan "mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan pada tabel 2.

**Tabel 2. Capaian Utama Kegiatan Pendampingan UMKM Binaan Lazismu Sidoarjo**

No	Indikator Capaian	Kondisi Pra-Pelatihan (%)	Kondisi Pasca-Pelatihan (%)	Peningkatan (%)	Keterangan
1	Kemampuan menyusun laporan keuangan sederhana	35	85	+50	Peserta mampu membuat laporan arus kas & laba-rugi
2	Pemahaman perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)	25	75	+50	Mitra dapat menghitung biaya dan menentukan harga jual
3	Penerapan strategi digital marketing	20	70	+50	Akun sosial media aktif dan digunakan untuk promosi
4	Kelengkapan dokumen sertifikasi halal	5	40	+35	UMKM mulai menyiapkan berkas SIHALAL dan data bahan baku



No	Indikator Capaian	Kondisi Pra-Pelatihan (%)	Kondisi Pasca-Pelatihan (%)	Peningkatan (%)	Keterangan
5	Rata-rata kenaikan omzet usaha	—	+25	—	Omzet meningkat rata-rata 25 % pasca-pelatihan

### Tahapan dan Contoh Perjalanan

Berikut adalah tahapan-tahapan yang biasanya dilalui oleh seseorang dari status mustahiq hingga menjadi muzakki, dilengkapi dengan contoh nyata:

#### Tahap 1: Sebagai Mustahiq

Di tahap ini, seseorang berada dalam kondisi ekonomi yang kurang mampu dan masuk dalam salah satu dari delapan golongan penerima zakat (fakir, miskin, amil, mualaf, riqab, gharim, fisabilillah, dan ibnu sabil). Bantuan zakat menjadi penopang hidup atau modal awal untuk bangkit.

#### Contoh Kasus:

Pak Budi adalah seorang ayah dengan tiga anak yang bekerja sebagai buruh harian lepas. Penghasilannya tidak menentu, sering kali hanya cukup untuk makan sehari-hari dan tidak bisa menabung. Ia tergolong fakir atau miskin karena penghasilannya tidak mencukupi kebutuhan dasar. Ia menerima bantuan zakat, misalnya dalam bentuk sembako untuk kebutuhan keluarga, atau modal usaha kecil senilai Rp 2 juta untuk membeli gerobak dan peralatan jualan gorengan.

#### Tahap 2: Pemberdayaan dan Pertumbuhan Ekonomi

Ini adalah tahap kunci di mana bantuan zakat digunakan secara produktif. Lembaga amil zakat (seperti BAZNAS atau LAZ) sering kali tidak hanya memberikan uang, tetapi juga pendampingan, pelatihan, dan bimbingan agar penerima zakat bisa mengelola bantuan dengan baik.

#### Contoh Kasus (lanjutan dari Pak Budi):

Dengan modal zakat sebesar Rp 2 juta, Pak Budi memulai usaha jualan gorengan di pinggir jalan. Ia juga mendapatkan pelatihan dari lembaga zakat tentang cara mengelola keuangan sederhana dan strategi pemasaran. Perlahan, usahanya mulai berkembang. Penghasilan harianya semakin stabil. Ia tidak lagi kesulitan memenuhi kebutuhan pokok keluarga dan mulai bisa menabung sedikit demi sedikit. Di tahap ini, ia sudah tidak lagi menjadi mustahiq karena kebutuhan dasarnya sudah tercukupi.

#### Tahap 3: Mandiri dan Berkelanjutan

Setelah berhasil keluar dari garis kemiskinan, seseorang di tahap ini sudah mandiri secara finansial. Pendapatannya stabil dan ia sudah memiliki tabungan atau aset yang terus bertambah. Ia kini mampu memenuhi kebutuhan primer, sekunder, bahkan tersier.

#### Contoh Kasus (lanjutan dari Pak Budi):

Usaha gorengan Pak Budi semakin maju. Ia tidak hanya menjual gorengan, tetapi juga aneka jajanan pasar. Ia bahkan sudah bisa mempekerjakan satu orang tetangga. Dalam setahun, tabungan dan asetnya sudah mencapai jumlah yang signifikan. Ia kini mampu menyekolahkan anak-anaknya ke sekolah yang lebih baik dan memiliki tempat tinggal yang layak.

#### Tahap 4: Menjadi Muzakki

Ini adalah puncak dari perjalanan transformasi. Seseorang yang dulunya mustahiq kini sudah mencapai nisab (batas minimal harta) dan haul (jangka waktu kepemilikan harta) yang



mewajibkannya untuk mengeluarkan zakat. Ia berubah peran dari penerima zakat menjadi pemberi zakat.

Contoh Kasus (lanjutan dari Pak Budi):

Pada akhir tahun, Pak Budi menghitung total asetnya, yang meliputi tabungan, nilai gerobak, stok bahan dagangan, dan keuntungan bersih dari usahanya. Total hartanya mencapai Rp 45 juta, yang mana jumlah ini sudah melewati nisab zakat mal (setara dengan harga 85 gram emas, yang saat ini nilainya sekitar Rp 102 juta). Namun, karena usahanya terus berkembang pesat, kita bisa mengasumsikan di tahun-tahun berikutnya total hartanya bisa mencapai nisab dan haul.

Misalnya, pada tahun kelima, total asetnya sudah mencapai Rp 150 juta. Maka, Pak Budi sudah memenuhi syarat untuk menjadi muzakki. Ia wajib mengeluarkan zakat mal sebesar 2,5% dari total hartanya, yaitu Rp 3.750.000. Ia menyerahkan zakatnya ke lembaga amil zakat.

**Kesimpulan**

Perjalanan dari mustahiq menuju muzakki adalah cerminan dari keberhasilan sistem zakat dalam Islam. Zakat tidak hanya dipahami sebagai sedekah sesaat, tetapi sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi yang bertujuan untuk memutus rantai kemiskinan. Kisah seperti Pak Budi menunjukkan bagaimana sebuah bantuan yang tepat sasaran dan disertai pendampingan bisa mengubah nasib seseorang dan mengembalikannya ke posisi sebagai penolong bagi orang lain. Model pendampingan terintegrasi yang memadukan aspek keuangan, digital, dan halal ini menjadi pendekatan baru dalam pengabdian ekonomi Islam berbasis filantropi produktif. Temuan ini sejalan dengan penelitian ([Deti et al. 2024](#)) serta ([Yasmina Amalia and Yuliarwati Yuliarwati 2024](#)) yang menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan terstruktur mampu meningkatkan kinerja, daya saing, dan keberlanjutan UMKM berbasis pemberdayaan masyarakat.



Gambar 6. Foto Bersama pemateri dan para UMKM binaan lazismu Sidoarjo

Meskipun hasil kegiatan menunjukkan capaian positif, beberapa kendala masih dijumpai, seperti keterbatasan waktu pendampingan, kapasitas digital yang belum merata, dan kebutuhan dukungan berkelanjutan dari mitra lembaga.

## KESIMPULAN

Pendampingan pengelolaan Zakat dan Infak dalam Mendorong Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan di Masyarakat Muhammadiyah Untuk Mewujudkan SDGs 8. Merupakan salah satu suara yang bisa dilakukan guna meningkatkan kinerja UMKM dan membantu UMKM binaan



Lazismu Sidoarjo untuk dapat meningkatkan pendapatannya, dengan harapan bisa meningkatkan dari mustahiq menuju muzakki. Pendampingan ini dapat dilakukan melalui pencatatan keuangan, penghitungan harga pokok produksi, Digital Marketing, Sertifikasi Halal dan Motivasi UMKM.

Pencatatan keuangan dapat membantu UMKM untuk mengetahui kondisi keuangannya, seperti pendapatan, pengeluaran, dan keuntungan. Dengan mengetahui kondisi keuangannya, UMKM dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat. Penghitungan harga pokok produksi bisa membantu UMKM dalam penetapan harga jual produknya yang sesuai. Dengan menentukan harga jual produk yang sesuai, UMKM dapat meningkatkan penjualan dan keuntungannya. Digital Marketing dapat membantu UMKM untuk mengenal target pasarnya, mengembangkan produk dan layanannya, serta mempromosikan produk dan layanannya. Dengan Digital Marketing yang baik, UMKM dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualannya. Pendampingan strategi UMKM di era digital dapat membantu UMKM untuk mengatasi tantangan dan meningkatkan kinerjanya.

Pelatihan sertifikasi halal memberikan banyak keuntungan, baik bagi perusahaan maupun karyawannya. Sertifikasi ini bukan sekadar stempel, melainkan bukti komitmen terhadap kualitas dan kepatuhan syariah yang bisa membuka banyak pintu. Pelatihan motivasi memiliki peran krusial dalam membantu mustahik (penerima zakat) untuk bangkit dan bertransformasi menjadi muzakki (pemberi zakat). Pelatihan ini bukan sekadar memberikan semangat, melainkan menanamkan pola pikir dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mencapai kemandirian. Berdasarkan masukan berharga dari para pelaku UMKM, kami memiliki harapan besar agar pelaksanaan kegiatan pengabdian di masa mendatang bisa lebih efektif dan berdampak jangka Panjang dan berkelanjutan dalam mencapai tujuan yang diharapkan yaitu memasuki pasar Global.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Lazismu Sidoarjo dan Bank Syariah Indonesia (BSI) Region Surabaya selaku mitra sekaligus donatur yang telah memberikan dukungan dana serta fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan pendampingan ini.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada para pengusaha UMKM binaan Lazismu Sidoarjo yang telah berpartisipasi aktif dan antusias dalam seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari pelatihan, pendampingan, hingga monitoring.

Tidak lupa, apresiasi kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah memberikan dukungan administratif dan koordinasi, serta kepada seluruh pihak yang turut membantu kelancaran kegiatan ini sehingga dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

Anitasari, Anitasari, Olivia Pandansari, Rika Susanti, Kurniawati Kurniawati, and Abdul Aziz. 2021. "Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menyontek Siswa Sekolah Dasar Selama Pembelajaran Daring." *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan* 14(1):82–90. doi:10.21831/jpipip.v14i1.37661.

Deti, Regina, Triyana Iskandarsyah, Ignasia Tiffani, Meidila Anggita, Nina Septina, Agustinus Widayartono,



- and Farhan Pramudito. 2024. "Peningkatan Kapasitas Dan Keberlanjutan Untuk Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Kelompok Program Binaan FIFGROUP." *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas* 9(1):68–79. doi:10.52250/p3m.v9i1.884.
- Fauzi, Muhamad, and Agus Gunawan. 2022. "Hoping Of Zakat Reinforcing Philanthropy In Indonesia." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11(1):1–16. doi:10.46367/iqtishaduna.v11i1.550.
- Hidayat, Suhidra, Mirna Apriyani, and M. Said. 2022. "Zakat, Infak Dan Shadaqah Sebagai Ketaatan Kepada Allah Dan Rasulullah S.A.W (Studi Kasus Di Desa Parit Pudin)." *Al-Mizan : Jurnal Ekonomi Syariah* 5(1). doi:10.54459/almizan.v5i1.706.
- Karmilah Karmilah, Askari Zakariah, and Novita Novita. 2024. "Peran Zakat Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat." *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 2(3):359–69. doi:10.61132/nuansa.v2i3.1251.
- Maya Syafriana Effendi, Hamka Halkam, Asri Warnanti, M. Iman Nugroho, and Venus F Firdaus. 2022a. "Peningkatan Kapasitas Organisasi Nirlaba Bagi Unit Pengelola Zakat, Infaq, Dan Sedekah (ZIS)." *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* 5(3). doi:10.24912/jbmi.v5i3.23266.
- Maya Syafriana Effendi, Hamka Halkam, Asri Warnanti, M. Iman Nugroho, and Venus F Firdaus. 2022b. "PENINGKATAN KAPASITAS ORGANISASI NIRLABA BAGI UNIT PENGELOLA ZAKAT, INFAQ, DAN SEDEKAH (ZIS)." *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* 5(3). doi:10.24912/jbmi.v5i3.23266.
- Sriyono, Sriyono, Supardi Supardi, Muhammad Yani, Arbiya Magfiroh Rohmi, Delia Putri Rusnanti, Siti Ulfah, Ahmad Nur Ariff Khahirul Anuar, Muhammad Syauqi Hamzah, and Nur Irdina Wahidah Faizul. 2025. "Pendampingan Peningkatan Nilai Ekonomi Petani Lontar Melalui Kegiatan Abdimas Warga Desa Tunah Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban." *Jurnal SOLMA* 14(1):592–604. doi:10.22236/solma.v14i1.18086.
- Supardi, Supardi, Sriyono Sriyono, and Sigit Hermawan. 2023. "Pendampingan Strategi UMKM Di Era Digital Melalui Pencatatan Keuangan, Penghitungan Harga Pokok Produksi Dan Manajemen Pemasaran Untuk Dapat Naik Kelas." *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* 8(6):968–79. doi:10.33084/pengabdianmu.v8i6.5510.
- Supardi, Supardi, Sriyono Sriyono, Muhammad Yani, Delia Putri Rusnanti, Arbiya Magfiroh Rohmi, Siti Ulfah, Nur Qasrina Eillya Mohamad Quraiza, Nur Syahida, and Nurbalqis Nabilah Mohd Baharuddin. 2025. "Pendampingan UMKM Petani Lontar Melalui Inovasi Healthy Product." *Jurnal SOLMA* 14(1):682–90. doi:10.22236/solma.v14i1.18137.
- Titania Nurul Haliza, Erma Yani, Fitri Setya Ningrum, and Ratih Kusumastuti. 2023. "Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Produksi (Studi Kasus Pada UMKM Es The Nusantara Cabang Kota Jambi)." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 3(2):128–37. doi:10.55606/jebaku.v3i2.1880.
- Vy, P. N. T., Lap, T. Q., & Nhan, D. V. H. (2025). Realizing ESL-oriented Education in the Singaporean Setting: A Scoping Review. *Arab World English Journal (AWEJ)*, 16(3), 270-284.
- Yasmina Amalia, and Yuliawati Yuliawati. 2024. "Pendampingan Dan Pelatihan Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Roti Dan Donat Bakar Yogyakarta." *FUNDAMENTUM : Jurnal Pengabdian Multidisiplin* 2(2):35–41. doi:10.62383/fundamentum.v2i2.146.