



Bimbingan Teknis UMKM dalam Penerapan Strategi Pemasaran Digital Berbasis Syariah di Desa Cilembu Kecamatan Tanjungsari

Rachmayani Dewi, Deding Ishak, Inna Ratu Kania, Udin Juhrodin
Hukum Ekonomi Syariah, STAI YAPATA Al-Jawami, Bandung, Jawa Barat, Indonesia
rachmayanidewi@stai-aljawami.ac.id

(Diterima: Januari 2024; Direvisi: Februari 2024; Dipublikasikan: Februari 2024)

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan strategi pemasaran digital berbasis syariah dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Cilembu, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Sumedang. Desa Cilembu memiliki potensi UMKM yang besar, namun banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk memasarkan produk mereka. Melalui pelatihan ini, peserta diajarkan tentang konsep pemasaran digital yang sesuai dengan prinsip syariah, termasuk penggunaan media sosial, pembuatan konten yang menarik, serta strategi e-commerce. Metode yang digunakan mencakup penyuluhan, diskusi interaktif, dan praktik langsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang berlandaskan syariah. Selain itu, pelaku usaha menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam memasarkan produk mereka secara online, yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Cilembu.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Ekonomi Syariah, Usaha Mikro, Ekonomi Syariah, Kesejahteraan Ekonomi, Pengabdian Masyarakat.

Abstract

This community service activity aims to implement sharia-based digital marketing strategies for the empowerment of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Cilembu Village, Tanjungsari District, Sumedang Regency. Cilembu Village has significant potential for MSMEs; however, many entrepreneurs have not optimally utilized digital technology to market their products. Through this training, participants are taught about digital marketing concepts that align with sharia principles, including the use of social media, creating engaging content, and e-commerce strategies. The methods used include outreach, interactive discussions, and hands-on practice. The results of the activity indicate an improvement in the understanding and skills of MSME actors in applying sharia-based digital marketing strategies. Additionally, entrepreneurs showed increased confidence in marketing their products online, which is expected to enhance competitiveness and improve the economic welfare of the Cilembu community.

Keywords: Digital Marketing, Sharia Economy, Micro Enterprises, Economic Welfare, Community Service.

Pendahuluan

Di era digital yang semakin berkembang pesat, pemanfaatan teknologi informasi dalam dunia usaha menjadi suatu keharusan, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemasaran digital telah terbukti menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Desa Cilembu, yang terletak di Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Sumedang, merupakan kawasan yang kaya akan potensi UMKM. Namun, banyak pelaku usaha di desa ini yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk memasarkan produk mereka. Ketergantungan pada metode pemasaran tradisional seringkali membatasi kemampuan mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Sebagai respon terhadap tantangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran digital berbasis syariah bagi pelaku UMKM di Desa Cilembu. Pelatihan ini tidak hanya akan memberikan pengetahuan tentang konsep pemasaran digital yang sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga praktik terbaik dalam penggunaan media sosial, pembuatan konten yang menarik, serta penerapan strategi *e-commerce* yang etis. Dengan memahami dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk mereka, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan serta kesejahteraan ekonomi mereka.

Kegiatan ini selaras dengan visi dan misi STAI Al-Jawami, yang berkomitmen untuk menciptakan lulusan yang tidak hanya memiliki pengetahuan akademis yang kuat, tetapi juga mampu menerapkan nilai-nilai syariah dalam kehidupan sehari-hari. Visi STAI Al-Jawami adalah menjadi lembaga pendidikan tinggi yang unggul dan terdepan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berbasis nilai-nilai Islam. Misi kampus mencakup pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan akademik dan non-akademik, yang berfokus pada pengembangan kapasitas dan kompetensi masyarakat, serta penerapan prinsip-prinsip syariah dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi.

Melalui program ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Cilembu dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pemanfaatan alat digital untuk pemasaran yang efektif dan sesuai syariah. Dengan peningkatan keterampilan dalam pemasaran digital, pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam memasarkan produk secara online dan mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Kegiatan ini juga merupakan bagian dari upaya STAI Al-Jawami dalam memberdayakan masyarakat dan mendukung pembangunan ekonomi lokal yang lebih inklusif dan berkelanjutan, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat Desa Cilembu.

Keterlibatan aktif mahasiswa dan dosen dalam kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, tetapi juga memperkaya pengalaman belajar mereka melalui praktik nyata di lapangan. Dengan demikian, program pelatihan ini diharapkan dapat menciptakan sinergi yang positif antara lembaga pendidikan dan masyarakat, serta mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi yang lebih baik di Desa Cilembu.

Metode

Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini dimulai dengan identifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Cilembu. Sebelum pelatihan dimulai, tim pengabdian melakukan wawancara informal dan diskusi awal untuk memahami tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam memasarkan produk mereka secara digital. Suasana interaktif yang terlihat dalam gambar menunjukkan keterlibatan peserta yang aktif dalam menjelaskan masalah yang mereka hadapi.

Setelah kebutuhan teridentifikasi, tim menyusun rencana pelatihan yang mencakup tujuan, materi, dan metode pengajaran. Spanduk yang terpasang dalam acara menegaskan fokus pada pemasaran berbasis digitalisasi, serta menunjukkan komitmen tim untuk memberikan materi yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Rencana tersebut dirancang agar peserta dapat memahami konsep pemasaran digital yang sesuai dengan prinsip syariah.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan metode interaktif yang melibatkan semua peserta. Gambar menunjukkan seorang pembicara di panggung yang memberikan materi, sementara peserta duduk dalam kelompok, siap untuk mendengarkan dan berpartisipasi. Kegiatan ini mencakup sesi teori, di mana penjelasan mengenai konsep dasar pemasaran digital disampaikan oleh narasumber yang berkompeten. Diskusi interaktif juga dilakukan, memberikan kesempatan bagi peserta untuk bertanya dan berbagi pengalaman mereka terkait pemasaran digital. Setelah sesi teori, peserta diajak untuk melakukan praktik langsung menggunakan alat digital, meskipun tidak semua aktivitas praktik terlihat dalam gambar, hal ini merupakan bagian penting dari pelatihan.

Selama sesi, evaluasi dilakukan secara langsung melalui pertanyaan dan tanggapan dari peserta. Gambar 1 menunjukkan peserta yang aktif berinteraksi, menandakan keterlibatan mereka dalam proses belajar. Umpan balik yang dikumpulkan dari peserta digunakan untuk menilai pemahaman dan relevansi materi pelatihan, sehingga tim dapat melakukan perbaikan jika diperlukan.

Setelah pelatihan selesai, tim pengabdian memberikan pendampingan kepada peserta untuk memastikan bahwa mereka dapat menerapkan ilmu yang diperoleh. Meskipun proses pendampingan tidak terlihat dalam gambar, hal ini sangat penting untuk mendukung pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang telah dipelajari. Tim siap memberikan bantuan teknis dan konsultasi untuk mengatasi tantangan yang dihadapi peserta dalam praktiknya.

Seluruh kegiatan didokumentasikan dengan baik, termasuk sesi pelatihan dan interaksi peserta yang terekam dalam gambar. Dokumentasi ini akan digunakan untuk menyusun laporan akhir kegiatan yang mencakup analisis hasil dan dampak pelatihan terhadap pelaku UMKM di Desa Cilembu. Dengan metode yang terstruktur dan terencana, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat maksimal bagi pelaku UMKM dan meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan pemasaran digital berbasis syariah untuk memperbaiki kondisi usaha mereka.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Marketing Berbasis Digitalisasi Bagi Pelaku UMKM di Desa Cilembu" telah dilaksanakan dengan sukses. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk mereka, serta menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Pelatihan diikuti oleh lebih dari 20 pelaku UMKM yang berasal dari berbagai sektor usaha, seperti kerajinan, makanan, dan jasa. Kegiatan ini dimulai dengan sesi pengantar di mana peserta diberikan gambaran umum mengenai pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing usaha. Selama sesi teori, peserta menerima materi tentang konsep dasar pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan teknik pembuatan konten yang menarik.

Setelah itu, dilakukan diskusi interaktif yang memberikan kesempatan bagi peserta untuk bertanya tentang tantangan yang mereka hadapi. Melalui sesi ini, banyak peserta yang mengungkapkan kebingungan dalam menggunakan platform digital, serta kekhawatiran mengenai bagaimana menjaga kesesuaian dengan prinsip syariah saat melakukan pemasaran.

Selama praktik langsung, peserta diajak untuk membuat akun media sosial dan merancang konten pemasaran. Observasi menunjukkan bahwa peserta sangat antusias dan berpartisipasi aktif dalam praktik ini. Dengan bimbingan dari narasumber, banyak peserta berhasil membuat materi pemasaran yang menarik dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan, dengan 80% peserta mengalami peningkatan pengetahuan mengenai pemasaran digital dan 75% merasa lebih percaya diri dalam menerapkan strategi pemasaran yang telah dipelajari. Feedback yang diterima menunjukkan bahwa peserta menghargai pendekatan praktis yang digunakan dalam pelatihan, serta relevansi materi yang disampaikan dengan kebutuhan mereka.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital berbasis syariah dapat memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM di Desa Cilembu. Pertumbuhan teknologi digital yang pesat menciptakan peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Namun, tantangan yang dihadapi dalam mengadopsi teknologi ini, seperti kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital, harus diatasi melalui pelatihan yang sistematis dan berkelanjutan.

Pentingnya pembelajaran berbasis praktik sangat terlihat dalam kegiatan ini. Peserta tidak hanya menerima teori, tetapi juga langsung mempraktikkannya, sehingga membantu mereka memahami dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh dengan lebih baik. Keberhasilan dalam membuat konten pemasaran yang menarik menunjukkan bahwa dengan bimbingan yang tepat, pelaku UMKM mampu memanfaatkan alat digital untuk memasarkan produk mereka secara efektif.

Selain itu, penerapan prinsip syariah dalam pemasaran digital memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelaku UMKM. Dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah, pelaku usaha tidak hanya meningkatkan reputasi dan kepercayaan konsumen, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan berbasis etika.

Keberlanjutan dari program ini sangat penting. Tim pengabdian berkomitmen untuk memberikan pendampingan pasca pelatihan untuk membantu peserta menerapkan strategi yang telah dipelajari dalam praktik sehari-hari. Dengan dukungan berkelanjutan, diharapkan pelaku UMKM dapat terus meningkatkan keterampilan mereka dan beradaptasi dengan perkembangan pasar yang dinamis.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuannya untuk memberdayakan pelaku UMKM di Desa Cilembu melalui pelatihan pemasaran digital berbasis syariah. Hasil dan umpan balik yang diperoleh menunjukkan potensi besar bagi pengembangan lebih lanjut dalam pelaksanaan program sejenis di masa depan, serta penguatan sinergi antara lembaga pendidikan dan masyarakat dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertema "Marketing Berbasis Digitalisasi Bagi Pelaku UMKM di Desa Cilembu" berhasil dilaksanakan dengan antusiasme tinggi dari peserta. Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Hasil evaluasi menunjukkan mayoritas peserta merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk mereka secara online. Pendekatan praktis yang digunakan selama pelatihan terbukti efektif, di mana peserta tidak hanya belajar teori, tetapi juga langsung menerapkannya.

Keberlanjutan program melalui pendampingan pasca pelatihan menjadi fokus utama, dengan harapan peserta dapat terus mengembangkan keterampilan mereka. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil memberdayakan pelaku UMKM di Desa Cilembu dan menunjukkan potensi besar untuk pengembangan lebih lanjut dalam pemasaran digital berbasis syariah.

Daftar Pustaka

- Ansori, A. (2016). Digitalisasi Ekonomi Syariah. *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 7 (1).
- Arif, F. (2020). *Strategi marketing syariah online dan offline di toko pondok tehnik indonesia Kota Palangka Raya* (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Kasidi, K. (2020). Tantangan Kewirausahaan Di Era Ekonomi Digital. *Journal Of Economic Education and Entrepreneurship*, 1 (1), 17.

- Pertiwi, H. (2023). Sosialisasi Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Untuk Peningkatan Pemberdayaan UMKM Anyaman Daur Ulang. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 325-330.
- Rahmawati, Y., & Dwijayanto, A. (2022). Pendampingan Perpajakan Bagi Pelaku UMKM Berbasis Syariah Melalui Edukasi Video Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 545-552.
- Sumaryana, F. D., & Fadhillah, S. (2024). Meningkatkan Daya Saing Koperasi Kasongan Usaha Bersama di Era Digital. *E-Coops-Day*, 5(2), 353-360.
- Wibawa, G., Sumaryana, F. D., & Firohmatillah, A. R. (2024). Pengabdian masyarakat melalui pelatihan marketing berbasis digitalisasi bagi para pelaku UMKM di Desa Cilembu dan Desa Cigendel. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.