

PELATIHAN PEMASARAN SYARIAH BERBASIS DIGITAL BAGI PELAKU UMKM DI KELURAHAN MEKARSARI CILEUNGSI

Muhammad Salman Alfarisi¹, Ajriyansyah², Adi Purwanto³, Triyana⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, STEBIS Bina Mandiri Cileungsi, Bogor

email: salman@binamandiri.ac.id, ajriyansyah@gmail.com, adipr@gmail.com, triyana@gmail.com

Abstrak: Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah memberikan bekal bagi pelaku usaha mikro dan kecil di Kelurahan Mekarsari agar memiliki keterampilan dan pengetahuan dalam menumbuhkan kecakapan praktik pemasaran syariah berbasis digital. Kegiatan yang dilakukan berupa diskusi interaktif dengan pelaku usaha mikro dan kecil yang berada di Mekarsari untuk mencari solusi bersama dengan mengenalkan metode-metode pemasaran syariah modern yang mudah dipahami dan mudah digunakan oleh para pelaku UMKM Mekarsari, sebagai upaya dalam meningkatkan pendapatan. Target luaran dari program pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan kepedulian dosen kepada masyarakat yang berada di Kelurahan Mekarsari, Cileungsi. Dengan pengetahuan terkait pemasaran syariah modern yang mumpuni, para pelaku UMKM Mekarsari diharapkan memiliki karakteristik wirausahawan yang tangguh dan siap berkompetisi juga bersaing dalam persaingan bisnis global serta dapat memahami metode pemasaran syariah berbasis digital.

Kata Kunci: Pemasaran, Syariah, UMKM

Abstract: The purpose of this community service is to provide provisions for micro and small business actors in Mekarsari Village so that they have the skills and knowledge in developing digital-based sharia marketing practice skills. Activities carried out in the form of interactive discussions with micro and small business actors in Mekarsari to find solutions together by introducing modern sharia marketing methods that are easy to understand and easy to use by Mekarsari SMEs, as an effort to increase income. The output target of this community service program is to increase the awareness of lecturers in the community in Mekarsari Village, Cileungsi. With good knowledge related to modern sharia marketing, Mekarsari MSME actors are expected to have strong entrepreneurial characteristics and are ready to compete in global business competition and be able to understand digital based sharia marketing methods.

Keywords: Marketing, Sharia, SMEs

Pendahuluan

Pada dasarnya manusia adalah makhluk hidup yang diciptakan saling berhubungan dengan lingkungan masyarakat dan bekerja sama dengan orang lain dalam rangka pemenuhan kebutuhan yang beraneka ragam. Karenanya, Islam sangat menganjurkan manusia untuk berusaha termasuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam aktivitas bisnis, umumnya seseorang memiliki tujuan mendapatkan keuntungan sebagai hasil akhir. Namun demikian seiring berjalannya waktu hasil yang diharapkan tidak hanya terkait materi saja namun juga kepuasan dan keberkahan hidup. Mengingat banyaknya usaha yang ada, persaingan usaha tersebut membutuhkan inovasi dan kreativitas sebagai modal utama produk yang dihasilkannya. Berbagai jenis dan skala usaha banyak bermunculan, salah satunya dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Dewan Koperasi Indonesia (DEKOPIN) memberikan pengertian tentang UMKM sebagai para pelaku usaha ekonomi yang sering dikategorikan sebagai perusahaan yang berskala kecil, menggunakan teknologi tradisional, dan dikelola secara sederhana. UMKM merupakan salah satu strategi yang dikembangkan oleh pemerintah untuk membantu perekonomian masyarakat. Dengan meningkatnya UMKM maka perputaran perekonomian Indonesia tidak menjadi persoalan sebab selain membantu pemenuhan kebutuhan masyarakat juga mampu menyerap tenaga kerja sehingga tingkat pengangguran menjadi berkurang. Namun demikian, sebagai penggerak ekonomi UMKM juga banyak menghadapi masalah keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia yang rendah, dan kurangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Keterbatasan tersebut ternyata mempengaruhi pola pengembangan dan pemasaran produk UMKM tersebut, tidak terkecuali pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Mekarsari, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

Pada umumnya, pola pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UMKM hanya berorientasi terhadap profit belaka. Seiring perkembangan teknologi terkini, paradigma strategi konvensional telah mengarah ke spiritual marketing atau pemasaran syariah, dengan bantuan media sosial. Islam sebagai agama yang lengkap, yang mengurus semua hal dalam hidup manusia dan mampu menyeimbangkan dunia dan akhirat. Karenanya prinsip perusahaan dalam strategi pemasaran syariah mengimplementasikan dua konsep, yaitu keuntungan dan keberkahan. Konsep pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UMKM Mekarsari awalnya menggunakan pemasaran langsung, berupa penyebaran informasi dari mulut ke mulut. Akan tetapi, pemasaran yang dilakukan tersebut dinilai kurang efektif. Karena membutuhkan jangka waktu yang relatif lebih lama dan faktor-faktor lainnya yang menghambat berjalannya pemasaran. Sehingga produk pelaku UMKM Mekarsari hanya dikenal di sekitar Desa Mekarsari.

Di era digitalisasi seperti sekarang, semua orang telah mengenal media sosial. Media sosial merupakan sarana bagi pelaku ekonomi untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video terkait produk mereka. Hadirnya media sosial ini memiliki pengaruh diantaranya memudahkan penyebaran informasi kepada setiap orang. Kondisi ini mengubah cara berkomunikasi masyarakat sekaligus sebagai sarana dalam menunjukkan eksistensi diri. Seiring perkembangan waktu, pelaku UMKM Mekarsari mulai mengubah konsep pemasarannya dari tradisional menjadi pemasaran berbasis teknologi melalui media sosial dengan mengedepankan prinsip syariah. Mengingat kemudahannya, pelaku UMKM Mekarsari menggunakan beberapa media sosial, seperti: Whatsapp, Instagram, dan Facebook. Dengan aplikasi tersebut diharapkan lebih mudah menarik minat konsumen yang berdampak dalam meningkatkan penjualan. Selain dapat mengurangi biaya promosi, media sosial juga memiliki jangkauan yang lebih luas dan mudah diakses dalam mempromosikan produknya dibandingkan dengan memasarkan secara konvensional.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat kemitraan bagi pelaku usaha mikro dan kecil di Kelurahan Mekarsari, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat ini dilakukan sebagai upaya untuk membantu pelaku usaha mikro home industry sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan yang diperoleh melalui metode pemasaran yang efektif dan sesuai syariah. Oleh karena itu, diperlukan upaya-upaya yang dapat mengatasi permasalahan-permasalahan pada pelaku usaha mikro dan kecil, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan pendapatan melalui kegiatan pemasaran produk yang lebih responsif dan agresif terhadap kebutuhan konsumen. Dengan memanfaatkan trend dalam masyarakat yang sudah beralih ke teknologi informasi maka pemasaran secara digital menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang ada.

Dengan demikian ke depan pelaku usaha mikro dan kecil di Mekarsari ini dapat meningkatkan pemasaran produk dan dapat mandiri secara ekonomi. Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi pelaku usaha mikro home industry dalam pemasaran produk secara digital akan dilakukan edukasi dan pendampingan tentang cara penggunaan media pemasaran digital dalam menjual produk yang mereka hasilkan. Kegiatan edukasi dan pendampingan diharapkan dapat menumbuhkan kepercayaan diri pelaku usaha mikro dan kecil dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk memasarkan produk mereka.

Adapun pendekatan atau metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat bagi pelaku usaha mikro dan kecil di Mekarsari adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kendala, kesulitan dan permasalahan riil yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro dan kecil dalam mengembangkan usahanya yang selama ini terkendala masalah modal yang tidak berputar yang disebabkan oleh metode pemasaran yang masih menggunakan cara-cara konvensional.
2. Melakukan pendataan masalah melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha mikro dan kecil baik terkait kendala keuangan, manajemen usaha dan pemasaran produk.
3. Melakukan diskusi interaktif dengan pelaku usaha mikro dan kecil untuk mencari solusi bersama dengan mengenalkan metode-metode pemasaran modern yang dapat dipahami dengan mudah dan digunakan oleh pelaku usaha mikro dan kecil untuk meningkatkan pendapatannya.
4. Merancang metode pemasaran yang tepat dan sesuai kebutuhan, kemampuan, dan pemahaman pelaku usaha mikro dan kecil di Mekarsari sehingga dapat diimplementasikan dengan relatif mudah sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan pemahaman pelaku usaha.

5. Melakukan edukasi dan pendampingan dalam menerapkan sistem pemasaran syariah berbasis digital sesuai kebutuhan, kemampuan, dan pemahaman sehingga pelaku usaha mikro dan kecil dapat secara mandiri mengaplikasikan dalam usahanya.

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Mekarsari, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor, Jawa barat. Kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dan disepakati bersama dengan pihak pelaku usaha mikro dan kecil di Kelurahan Mekarsari. Langkah awal yang dilakukan yaitu persiapan dan permohonan izin kepada pihak kepala desa Mekarsari yang menjadi tujuan pengabdian masyarakat, selanjutnya dilakukan pencarian informasi jumlah peserta dan kegiatan peserta sebelum diadakan pelatihan.

Setelah waktu pelaksanaan disepakati, tim dari dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STEBIS Bina Mandiri Cileungsi menyusun jadwal pelaksanaan dan membuat kesepakatan dengan pihak Kepala Desa mengenai jadwal pelaksanaan. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dalam rangka melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang salah satunya adalah pengabdian kepada masyarakat. Pelatihan ini diberikan untuk para pelaku UMKM di Kelurahan Mekarsari, Cileungsi. Adapun bentuk pelatihan yang dilakukan adalah memberikan pelatihan dalam rangka menambah keterampilan dan pengetahuan terkait pemasaran syariah berbasis digital bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Mekarsari, Cileungsi.

Dalam proses pelaksanaan pelatihan tahapan pertama yang dilakukan dimulai dengan tahapan persiapan, dimana tim pelaksana melakukan *briefing* untuk menyiapkan sarana prasarana yang dibutuhkan pada saat pelatihan, membagi tugas masing-masing pembicara, menyiapkan para peserta pelatihan, menyiapkan materi pelatihan yang berhubungan dengan pembimbingan dan praktik pemasaran syariah berbasis digital. Kegiatan dilaksanakan sesuai dengan waktu yang telah disepakati bertempat di Balai Desa Mekarsari.

Tahapan berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan yang dimulai dengan bersilaturahmi dan pelaksanaan pelatihan manajemen pemasaran syariah berbasis digital dengan metode diskusi dan *sharing experience* bersama pelaku UMKM Mekarsari. Pelatihan diberikan kepada seluruh peserta berupa cara memasarkan produk melalui media sosial yang menarik dan memiliki daya jual di pasar sesuai ketentuan syariah. Saat pelatihan berlangsung tim juga menyelipkan sedikit penjelasan bagaimana membuat produk yang kreatif dan inovatif serta alasan kenapa produk ini yang dipilih menjadi pilihan utama. Peserta juga diberikan kesempatan untuk bertanya seputar pemilihan produk maupun pertanyaan yang berkaitan dengan pemasaran syariah berbasis digital.

Evaluasi peserta pelatihan telah sesuai dengan indikator dan rancangan evaluasi, sehingga diperoleh data sebagai berikut:

1. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 42 orang, dengan tingkat kehadiran mencapai 85% dari jumlah pendaftar peserta pelatihan.
2. Peserta pelatihan terlihat antusias selama mengikuti kegiatan hingga pelatihan selesai.
3. Setiap peserta aktif memberikan pertanyaan dan diskusi dalam pemecahan masalah dan kendala yang dialami pada saat memulai dan menjalankan usaha.

Kesimpulan

Secara umum pelatihan yang dilakukan terlaksana dengan baik. Peserta pelatihan berharap kegiatan ini terus berkelanjutan kedepannya dengan variasi materi yang berbeda dan lebih inovatif. Setelah dilakukan pelatihan pemasaran syariah berbasis digital diharapkan para pelaku UMKM Mekarsari memiliki karakteristik wirausahawan yang tangguh dan siap berkompetisi sekaligus bersaing dalam bisnis yang sama serta memahami metode pemasaran syariah berbasis digital.

Peserta merespon kegiatan pelatihan ini dengan baik. Mereka merasa senang dan nyaman selama mengikuti kegiatan pelatihan. Mereka juga mampu mengikuti setiap arahan dari pemateri dan sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan ini mulai dari awal hingga akhir pelatihan. Hal ini dikarenakan sangat jarang mereka mendapatkan kegiatan dalam bentuk praktek yang dapat menambah ketrampilan dan melatih kemandirian melalui pelatihan.

Pelatihan yang dilakukan pada akhirnya mampu menumbuhkan motivasi peserta dalam memasarkan produknya, karena proses pelatihan pemasaran syariah berbasis digital ini mudah diingat dan diimplementasikan. Setelah kegiatan pelatihan ini berakhir diharapkan pelaku UMKM Mekarsari mampu memasarkan produk mereka sendiri melalui sarana media sosial yang ada dan tidak melanggar ketentuan syariah Islam.

Referensi

- Alma, B. (2007). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa, (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta,
- Gitosudarmo, Indriyo. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. (Ketiga). Salemba.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat.