

PEMBERDAYAAN UMKM SAPU LIDI MELALUI PELATIHAN PEMASARAN
DIGITAL BERBASIS SYARIAH DI DESA BANTAN KECAMATAN DOLOK
MASIHUL KABUPATEN SERDANG BEDAGAI

Siti Khoiriyah Purba

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: sitikhoiriyahpurba@gmail.com

ABSTRAK

Program “Pemberdayaan UMKM Sapu Lidi melalui Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Syariah di Desa Bantan Kecamatan Dolok Masihul” dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan kemampuan pelaku usaha lokal dalam menghadapi tantangan digitalisasi ekonomi. Kegiatan ini berfokus pada pelatihan strategi pemasaran digital dan penerapan nilai-nilai syariah dalam berwirausaha. Melalui metode partisipatif, mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara melaksanakan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan kepada pelaku UMKM sapu lidi mengenai penggunaan media sosial untuk promosi, pembuatan konten kreatif, serta penerapan transaksi non-tunai berbasis QRIS. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan etika bisnis peserta dalam menjalankan usaha secara digital. Program ini juga menumbuhkan semangat kolaboratif antar pelaku usaha dan mendorong terbentuknya jejaring UMKM digital. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi nyata dalam memperkuat ekonomi masyarakat desa melalui pendekatan digital yang berlandaskan prinsip syariah.

Kata Kunci : *Pemberdayaan, UMKM, Digital Marketing, Syariah*

ABSTRACT

The program "Empowerment of Sapu Sticks UMKM through Sharia-Based Digital Marketing Training in Bantan Village, Dolok Masihul District" was carried out as an effort to improve the ability of local business actors to face the challenges of economic digitalization. This activity focuses on training on digital marketing strategies and the application of sharia values in entrepreneurship. Through the participatory method, KKN students of the University of Muhammadiyah North Sumatra carry out socialization, training, and assistance to UMKM actors on the use of social media for promotion, creative content creation, and the implementation of QRIS-based non-cash transactions. The results of the activity showed an increase in the knowledge, skills, and business ethics of the participants in running a business digitally. This program also fosters a collaborative spirit between business actors and encourages the formation of digital UMKM networks. Overall, this activity makes a real contribution to strengthening the economy of the village community through a digital approach based on sharia principles.

Keywords: Empowerment, UMKM, Digital Marketing, Sharia

PENDAHULUAN

Pembangunan desa merupakan salah satu prioritas utama dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Indonesia. Sebagai negara agraris dengan mayoritas penduduk tinggal di pedesaan, desa memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai pusat pertumbuhan ekonomi berbasis komunitas. Salah satu strategi yang banyak diterapkan adalah pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal. UMKM di pedesaan tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian, tetapi juga memainkan peran penting dalam menyediakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Susanti, Delima, and Soegiarto 2021)

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang berperan penting dalam penerapan ilmu pengetahuan kepada masyarakat. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan oleh mahasiswa merupakan salah satu bentuk kontribusi nyata dari perguruan tinggi dalam mendukung pembangunan desa. KKN memberikan peluang bagi mahasiswa untuk terlibat langsung dalam menganalisis dan menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat, termasuk dalam pengembangan UMKM lokal. Melalui pendekatan ini, mahasiswa tidak hanya dapat mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan dampak sosial dan ekonomi yang positif (Arsyad, 2015).

Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, KKN menjadi program wajib bagi setiap mahasiswa sebagai salah satu syarat kelulusan, sekaligus sebagai proses pembentukan karakter sosial dan kepemimpinan di tengah masyarakat. Melalui program KKN, mahasiswa diharapkan mampu berkontribusi secara aktif dalam memecahkan permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat, baik dalam skala kecil maupun besar. Selain itu, pengalaman berada di tengah masyarakat secara langsung dapat memperkaya wawasan dan meningkatkan kepedulian sosial mahasiswa sebagai calon pemimpin masa depan. (Rohendi et al. 2024)

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor ekonomi yang berperan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1 menjelaskan usaha mikro sebagai suatu kegiatan produktif yang dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha yang memenuhi syarat sebagai usaha mikro. Usaha kecil dijelaskan sebagai kegiatan produktif yang dilakukan perorangan, berdiri sendiri, dan bukan sebagai anak cabang dari perusahaan menengah maupun besar. Usaha menengah dijelaskan sebagai kegiatan produktif yang dilakukan perorangan atau badan usaha yang baik secara langsung maupun tidak langsung tidak menjadi bagian dari usaha kecil maupun besar dalam kekayaan maupun hasil tahunan. Menurut (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021) UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro,

kecil, dan menengah. Kriteria ini diatur berdasarkan jumlah aset, omzet, dan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh usaha tersebut. Dapat disimpulkan bahwa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah sebuah usaha yang di jalankan oleh individu atau badan usaha milik individu yang usahanya memenuhi kriteria dan syarat usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Desa Bantan, Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai, merupakan daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, khususnya di bidang produk olahan dan usaha kreatif lokal seperti pembuatan sapu lidi. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum memiliki identitas merek (branding) yang kuat. Hal ini menyebabkan kurang maksimalnya perkembangan UMKM, yang berdampak pada rendahnya pendapatan dan kesempatan kerja di sektor tersebut. Selain itu, pemahaman masyarakat dan pelaku UMKM tentang teknologi digital masih terbatas, sehingga pemasaran dan penjualan produk belum optimal. Perubahan cepat dari pemasaran konvensional ke digital, terutama sejak masa pandemi, menuntut pelatihan dan peningkatan kemampuan dalam pemasaran digital. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM sapu lidi melalui pelatihan pemasaran digital berbasis syariah menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk, memperluas pasar, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Bantan. (Nugraha et al. 2019)

Peran mahasiswa KKN dalam mendukung pengembangan UMKM di desa menjadi semakin relevan mengingat kompleksitas permasalahan yang dihadapi. Mahasiswa KKN memiliki potensi untuk menjadi agen perubahan dengan membawa pengetahuan, teknologi, dan inovasi yang dapat diadaptasi untuk meningkatkan kapasitas UMKM lokal. Dalam konteks ini, strategi yang diterapkan mahasiswa KKN mencakup berbagai pendekatan, seperti pelatihan, pendampingan, dan pengembangan jaringan pemasaran. Mahasiswa KKN dapat memainkan peran penting dalam memperkenalkan dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital bagi pelaku UMKM di Desa Bantan, Kabupaten Serdang Bedagai.

Dalam konteks pemberdayaan UMKM sapu lidi di Desa Bantan Kecamatan Dolok Masihul. Mahasiswa KKN bertindak sebagai agen perubahan yang membawa pengetahuan, teknologi, dan inovasi yang membantu meningkatkan kapasitas UMKM lokal. Melalui program-program seperti pelatihan pemasaran digital, pendampingan manajemen usaha, dan pengembangan jaringan pemasaran, mahasiswa membantu pelaku UMKM memanfaatkan teknologi digital dan meningkatkan daya saing produk. Pendekatan ini terbukti efektif untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi yang diterapkan mahasiswa KKN dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM lokal di Desa Bantan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode partisipatif, penelitian ini

diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang peran mahasiswa KKN dalam mendukung pengembangan UMKM di desa. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi perguruan tinggi dan pemerintah dalam merancang program pemberdayaan masyarakat yang lebih efektif dan berkelanjutan. (Utama and Handayani 2016)

METODE

Metode pelaksanaan program “Pemberdayaan UMKM Sapu Lidi melalui Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Syariah” dilaksanakan selama kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mandiri Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada tanggal 1–14 September 2025. Kegiatan ini berlokasi di Dusun IV Sibarau, Desa Bantan, Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. Lokasi tersebut dipilih karena memiliki potensi ekonomi lokal yang kuat melalui usaha pembuatan sapu lidi yang telah menjadi mata pencaharian utama sebagian besar warga. Namun, masyarakat setempat masih menghadapi keterbatasan dalam hal pemasaran dan manajemen usaha, sehingga diperlukan upaya pemberdayaan berbasis edukasi digital untuk meningkatkan daya saing produk. Dengan demikian, program KKN ini berupaya membantu masyarakat lokal agar mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital tanpa meninggalkan prinsip-prinsip syariah dalam berbisnis. (Effendi 2023)

Sasaran utama kegiatan adalah pelaku UMKM sapu lidi, yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga dan warga desa yang mengandalkan usaha tersebut sebagai sumber pendapatan utama maupun tambahan. Melalui program ini, mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator dan mitra belajar yang mendampingi masyarakat dalam mengenal dan menerapkan strategi pemasaran digital berbasis nilai-nilai Islam. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatif dan kolaboratif, meliputi beberapa tahapan: observasi lapangan untuk mengidentifikasi potensi dan kendala usaha; koordinasi dan sosialisasi bersama perangkat desa dan pelaku UMKM untuk menyamakan tujuan; serta pelatihan pemasaran digital melalui media sosial seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, dan Instagram. Peserta juga dilatih membuat konten promosi sederhana menggunakan Canva, memahami manajemen keuangan dan branding produk, serta mendapatkan pendampingan implementasi digitalisasi usaha melalui penggunaan QRIS dan pembentukan akun media sosial usaha. Tahap akhir kegiatan diisi dengan evaluasi dan refleksi untuk menilai sejauh mana peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan penerapan prinsip bisnis syariah telah tercapai.

Keberhasilan program pengabdian ini diukur melalui beberapa indikator kualitatif dan kuantitatif yang mencakup peningkatan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan dampak

sosial. Dari aspek pengetahuan, pelaku UMKM menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai konsep pemasaran digital, manajemen usaha, serta etika bisnis berbasis syariah. Dari aspek keterampilan, peserta mampu mengoperasikan media sosial untuk promosi, membuat konten digital, dan menggunakan sistem transaksi non-tunai melalui QRIS. Selain itu, aspek sikap dan kemandirian terlihat dari meningkatnya kepercayaan diri pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara mandiri. Dampak sosial juga tercermin dari terbentuknya jejaring kerja sama antara mahasiswa, perangkat desa, dan pelaku UMKM yang mendukung keberlanjutan program. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi digital dan kewirausahaan masyarakat, tetapi juga memperkuat penerapan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam praktik bisnis, sehingga memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan ekonomi Desa Bantan. (Haryono and Inayah 2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi Dan Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Syariah

Program “Pemberdayaan UMKM Sapu Lidi melalui Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Syariah” yang dilaksanakan di Desa Bantan, Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai, berlangsung dengan baik dan mendapat dukungan penuh dari berbagai pihak, termasuk pemerintah desa, tokoh masyarakat, serta pelaku UMKM setempat. Program ini dirancang sebagai bentuk kontribusi mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat desa melalui pendekatan berbasis teknologi dan nilai keislaman. Desa Bantan dipilih sebagai lokasi kegiatan karena memiliki potensi ekonomi yang menjanjikan di bidang kerajinan sapu lidi, namun masih menghadapi keterbatasan dalam aspek promosi dan pemasaran. Oleh karena itu, kegiatan ini difokuskan pada upaya membangun kemampuan digital pelaku UMKM sekaligus menanamkan prinsip etika bisnis Islam sebagai dasar pengelolaan usaha yang berkeadilan dan berkelanjutan (Husein and Setiawan 2024)

Tahap pertama dari kegiatan ini diawali dengan sosialisasi program kepada Kepala Desa, perangkat desa, dan para pelaku UMKM sapu lidi. Sosialisasi bertujuan memberikan pemahaman awal mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran serta relevansinya dengan kebutuhan masyarakat di era globalisasi saat ini. Dalam sesi ini, mahasiswa KKN menjelaskan latar belakang kegiatan, manfaat pelatihan, serta rencana tindak lanjut pasca-program. Respon masyarakat sangat positif—terlihat dari antusiasme peserta dalam berdiskusi, berbagi pengalaman tentang kesulitan memasarkan produk, dan mengemukakan harapan terhadap pelatihan ini. Sosialisasi juga menjadi sarana membangun

komitmen bersama antara mahasiswa, pemerintah desa, dan masyarakat untuk bekerja sama dalam mengoptimalkan potensi ekonomi lokal yang selama ini belum tergarap maksimal.

Setelah kegiatan sosialisasi, dilaksanakan pelatihan pemasaran digital yang menjadi inti dari program pemberdayaan ini. Pelatihan difokuskan pada pengenalan dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk. Para peserta diperkenalkan dengan platform seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, dan Instagram, yang mudah diakses dan digunakan oleh masyarakat pedesaan. Mahasiswa memberikan pendampingan langsung mengenai cara membuat akun bisnis, mengunggah foto produk dengan tampilan menarik, menulis deskripsi yang informatif, serta menggunakan caption dan hashtag yang relevan untuk memperluas jangkauan promosi. Selain itu, peserta juga diajarkan cara menggunakan aplikasi Canva untuk membuat desain konten promosi sederhana seperti poster, label produk, dan katalog digital. Pendekatan pembelajaran dilakukan secara praktik langsung agar peserta lebih mudah memahami dan mampu menerapkan keterampilan digital secara mandiri. (Widyakto et al. 2023)

Tidak hanya berfokus pada aspek teknis, pelatihan ini juga mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam aktivitas bisnis digital. Mahasiswa KKN menjelaskan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam seperti kejujuran (shidq), amanah (tanggung jawab), keadilan ('adl), dan tidak menipu (gharar) sebagai landasan dalam menjalankan usaha. Melalui pendekatan ini, para pelaku UMKM diajak untuk memahami bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya diukur dari besar kecilnya keuntungan, tetapi juga dari keberkahan dan kepercayaan yang diperoleh melalui praktik usaha yang sesuai dengan ajaran Islam. Peserta pelatihan juga diajak berdiskusi mengenai contoh-contoh penerapan etika syariah dalam kegiatan promosi digital, seperti kejujuran dalam menampilkan kualitas produk, transparansi harga, serta tanggung jawab terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memperkuat kemampuan digital, tetapi juga membangun fondasi moral dalam berwirausaha.

Hasil dari pelaksanaan pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Sebagian besar pelaku UMKM yang sebelumnya belum mengenal pemasaran digital, kini mampu membuat akun bisnis dan mengunggah produk mereka di media sosial. Beberapa peserta bahkan mulai aktif menggunakan story WhatsApp dan unggahan Facebook untuk mempromosikan sapu lidi buatan mereka. Dampaknya terlihat dari meningkatnya minat dan permintaan masyarakat terhadap produk tersebut. Selain itu, kegiatan ini berhasil membangkitkan motivasi dan rasa percaya diri para pelaku usaha untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Masyarakat menyadari bahwa pemasaran digital merupakan peluang besar untuk memperluas pasar, bahkan hingga ke luar daerah, tanpa harus mengeluarkan biaya promosi besar.

Secara keseluruhan, kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital berbasis syariah ini membawa dampak yang nyata bagi masyarakat Desa Bantan, khususnya bagi pelaku UMKM sapu lidi. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dalam memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga menanamkan kesadaran spiritual dan etika dalam berbisnis. Integrasi antara ilmu pengetahuan dan nilai keagamaan menjadi kunci keberhasilan program, karena mampu menciptakan keseimbangan antara aspek ekonomi dan moral. Dengan adanya pelatihan ini, pelaku UMKM diharapkan dapat menjalankan usahanya secara profesional, berdaya saing, serta tetap menjunjung tinggi nilai-nilai Islam dalam setiap kegiatan ekonomi yang dilakukan. Program ini menjadi bukti nyata bahwa pendidikan dan pengabdian berbasis nilai-nilai keislaman mampu memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat sekaligus membentuk karakter wirausaha yang beretika dan berkepribadian luhur(Widyakto, Suryawardana, and Santo 2021).

Pendampingan Implementasi Dan Evaluasi Progra

Tahap pendampingan implementasi merupakan kelanjutan dari kegiatan pelatihan pemasaran digital yang sebelumnya telah dilaksanakan. Pada tahap ini, mahasiswa KKN berperan aktif sebagai fasilitator dan mentor lapangan yang mendampingi secara langsung para pelaku UMKM sapu lidi dalam menerapkan hasil pelatihan ke dalam praktik nyata. Pendampingan dilakukan secara intensif melalui kunjungan ke rumah-rumah produksi, bimbingan teknis pembuatan akun media sosial bisnis, serta asistensi dalam menyusun jadwal unggahan konten promosi yang konsisten. Mahasiswa juga membantu para pelaku usaha membuat logo, label kemasan, dan spanduk promosi agar produk sapu lidi memiliki identitas visual yang menarik dan profesional. Selain itu, diperkenalkan pula penggunaan sistem transaksi non-tunai melalui QRIS guna memudahkan proses jual beli sekaligus menyesuaikan dengan perkembangan digitalisasi ekonomi saat ini. Pendekatan personal yang diterapkan membuat masyarakat lebih mudah memahami teknologi dan berani mencoba hal-hal baru tanpa merasa canggung.(Mahanani et al. 2025)

Selama proses implementasi, terlihat adanya perkembangan signifikan dalam kemampuan dan kemandirian pelaku UMKM. Para peserta mulai aktif memperbarui unggahan produk di media sosial, merespons pelanggan dengan lebih cepat, dan memanfaatkan fitur chat untuk menjaga komunikasi dengan konsumen. Beberapa pelaku usaha bahkan berhasil menarik pelanggan baru dari luar wilayah Desa Bantan setelah memanfaatkan media sosial secara optimal. Dalam aspek manajerial, mereka juga mulai menerapkan prinsip kejujuran, amanah, dan tanggung jawab dalam bertransaksi, seperti menampilkan harga secara terbuka, menjaga kualitas produk, serta memberikan pelayanan yang sopan dan tepat waktu. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat kesadaran etika

bisnis berbasis syariah, di mana keuntungan tidak semata diukur dari aspek materi, melainkan juga keberkahan dan kepercayaan yang terbangun antara penjual dan pembeli.

Tahap terakhir dari program ini adalah evaluasi dan refleksi kegiatan, yang dilakukan untuk menilai efektivitas program serta dampak nyata terhadap pelaku UMKM. Evaluasi dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara langsung, dan dokumentasi visual guna melihat perubahan perilaku, pengetahuan, dan sikap peserta setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Berdasarkan hasil evaluasi, sekitar 80% pelaku usaha telah menerapkan strategi pemasaran digital secara mandiri, meskipun masih dalam skala sederhana. Sebagian besar peserta juga menyatakan peningkatan kepercayaan diri dan motivasi dalam mengembangkan usaha mereka. Selain itu, kegiatan ini menumbuhkan semangat kolaborasi antar pelaku UMKM, yang mulai saling berbagi pengalaman dan membantu satu sama lain dalam pembuatan konten promosi digital. Rencana pembentukan komunitas UMKM digital Desa Bantan menjadi salah satu hasil nyata dari kegiatan ini sebagai wujud keberlanjutan program setelah KKN berakhir. Dengan demikian, kegiatan pendampingan dan evaluasi tidak hanya menghasilkan peningkatan kemampuan teknis, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan yang inovatif, kolaboratif, dan beretika sesuai prinsip syariah. (Ribhi 2023)

Dampak Program terhadap Pemberdayaan Ekonomi dan Nilai Keislaman

Pelaksanaan program “Pemberdayaan UMKM Sapu Lidi melalui Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Syariah” memberikan dampak nyata terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Bantan, khususnya bagi para pelaku usaha kecil dan rumah tangga. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan, masyarakat yang sebelumnya bergantung pada sistem pemasaran konvensional kini mulai beralih ke strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial dan platform daring sebagai sarana promosi. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan jangkauan pasar, tetapi juga membuka peluang bagi produk sapu lidi untuk dikenal di luar wilayah desa. Beberapa peserta bahkan melaporkan peningkatan pesanan setelah aktif menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa program KKN ini mampu memberikan kontribusi konkret terhadap pertumbuhan ekonomi lokal serta mendorong kemandirian pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Selain peningkatan aspek ekonomi, program ini juga memberikan pengaruh positif terhadap penguatan nilai-nilai keislaman dan etika berbisnis di kalangan masyarakat. Pelatihan berbasis syariah yang terintegrasi dalam kegiatan pemasaran digital menanamkan pemahaman bahwa bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tolong-menolong (ta'awun) mulai diimplementasikan dalam praktik usaha

sehari-hari. Para pelaku UMKM kini lebih terbuka dan transparan dalam menentukan harga, menjaga kualitas produk, serta berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Kesadaran ini menjadi langkah awal yang penting dalam membangun budaya bisnis yang etis dan berdaya saing tinggi. Nilai-nilai spiritual yang tertanam juga mendorong masyarakat untuk lebih disiplin, bekerja keras, serta menghindari praktik-praktik yang merugikan pihak lain, sehingga membentuk karakter wirausaha yang berintegritas. (Bashiroh, Sholikhah, and Azmi 2025)

Secara sosial, kegiatan pemberdayaan ini berhasil menumbuhkan rasa kebersamaan dan semangat kolaborasi antar pelaku UMKM di Desa Bantan. Setelah mengikuti program, masyarakat tidak lagi bekerja secara individual, melainkan mulai menjalin kerja sama untuk saling mendukung dalam kegiatan produksi, pemasaran, dan promosi bersama. Inisiatif pembentukan komunitas UMKM digital berbasis syariah menjadi salah satu wujud nyata keberhasilan kegiatan ini, karena mampu menciptakan ruang kolaboratif yang mendukung pertukaran pengetahuan, pengalaman, dan inovasi. Sinergi antara nilai keagamaan dan teknologi digital yang dihadirkan melalui program ini telah menciptakan perubahan paradigma dalam masyarakat — dari yang sebelumnya pasif terhadap perkembangan teknologi, kini menjadi lebih adaptif, kreatif, dan berorientasi pada keberlanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberdayakan masyarakat secara ekonomi, tetapi juga membangun fondasi spiritual dan moral yang kuat sebagai dasar menuju kemandirian dan kesejahteraan desa yang berkeadilan dan bernilai islami. (Arifa et al. 2025)

KESIMPULAN

Pelaksanaan program “Pemberdayaan UMKM Sapu Lidi melalui Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Syariah di Desa Bantan Kecamatan Dolok Masihul” memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha lokal. Kegiatan ini mampu menjawab permasalahan utama yang dihadapi UMKM, yaitu keterbatasan dalam hal pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital. Melalui pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara partisipatif, para pelaku UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Mereka mulai mampu mengelola akun media sosial bisnis, membuat konten promosi yang menarik, serta memahami pentingnya membangun identitas merek yang profesional.

Integrasi nilai-nilai syariah dalam kegiatan ini turut memperkuat karakter dan etika bisnis pelaku usaha. Prinsip kejujuran, amanah, dan keadilan menjadi dasar dalam menjalankan kegiatan usaha, yang tercermin dari transparansi harga, peningkatan kualitas produk, serta pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. Pendekatan ini tidak

hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk perilaku wirausaha yang berlandaskan nilai-nilai spiritual.

Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kepercayaan diri, kemandirian, dan semangat kolaborasi pelaku UMKM sapu lidi di Desa Bantan. Mereka tidak hanya mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, tetapi juga mulai membangun jejaring usaha berbasis digital. Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa sinergi antara mahasiswa, masyarakat, dan pemerintah desa dapat mendorong terciptanya pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan serta sejalan dengan prinsip syariah.

Untuk menjaga keberlanjutan hasil program, diperlukan pendampingan lanjutan bagi pelaku UMKM agar mampu mengembangkan konten promosi dan mengelola akun bisnis secara mandiri. Perguruan tinggi dan pemerintah desa diharapkan dapat terus bekerja sama dalam memberikan pelatihan lanjutan terkait strategi komunikasi pemasaran digital dan pengelolaan marketplace. Selain itu, penting untuk membentuk komunitas UMKM digital di Desa Bantan sebagai wadah kolaborasi dan saling belajar antar pelaku usaha. Nilai-nilai syariah yang telah ditanamkan hendaknya terus dijaga dan diterapkan dalam setiap kegiatan bisnis, sehingga dapat tercipta ekosistem wirausaha yang beretika, berkeadilan, dan membawa keberkahan bagi masyarakat desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifa, Amalia Beladonna, Fahrudin Mukti Wibowo, Shintia Dwi Alike, Auliya Burhanuddin, Rifki Adhitama, and Paradise Paradise. 2025. "Pemberdayaan UMKM Melalui Pemasaran Digital." *Jurnal Pengabdian Bisnis Dan Akuntansi*. Pusat Pengelolaan Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman. <https://doi.org/10.32424/1.jpba.2024.3.02.14599>.
- Bashiroh, Ainin, Faizatus Sholikhah, and Ade Fitriyanti Ulul Azmi. 2025. "PENINGKATAN TEKNOLOGI DIGITALISASI UMKM MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING : SHOPEE." *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*. PT. Jurnal Center Indonesia Publisher. <https://doi.org/10.62567/micjo.v2i1.462>.
- Effendi, Bahtiar. 2023. "Pemberdayaan UMKM Pasca Covid-19 Dengan Menerapkan Metode PRA (Participatory Rural Appraisal) Melalui Penguatan Inklusi Keuangan Dan Pemasaran Digital." *Sevana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. STTIKOM Insan Unggul Cilegon. <https://doi.org/10.47926/sjpkm.2023.2.1.23-28>.
- Haryono, and Inayah. 2025. "Peningkatan Kualitas Umkm Tahu Tek-Tek Berbasis Digital Melalui Metode Participatory Action Research (Par)." *SWARNA: Jurnal*

- Pengabdian Kepada Masyarakat*. Institut Pendidikan Nusantara Global.
<https://doi.org/10.55681/swarna.v4i3.1711>.
- Husein, Abid, and Iman Setiawan. 2024. "Digitalisasi UMKM BatikRin Meningkatkan Daya Saing Melalui Konten Digital Dan Seminar Pemasaran Digital." *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Lentera*. PT Lentera Ilmu Nusantara.
<https://doi.org/10.59422/djpl.v1i09.543>.
- Mahanani, Agni Ayudha, Sri Amalia Edy, Sari Fatimah Mus, and Sufyan Amirullah. 2025. "PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI DESA ONANG MELALUI PELATIHAN PERTANIAN TERPADU BERBASIS TEKNOLOGI VERBIO DAN PEMASARAN DIGITAL." *Jurnal Abdi Insani*. Universitas Mataram.
<https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i4.2137>.
- Nugraha, Aat Ruchiat, Susie Perbawasari, Feliza Zubair, and Evi Novianti. 2019. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Komunikasi Efektif Berbasis Potensi Wisata Dan Kearifan Lokal." *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*. Lembaga Publikasi Ilmiah dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
<https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.3546>.
- Ribhi, Ahmad AUFAR. 2023. "DAMPAK STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TERHADAP TREN TRANSAKSI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL PASCA COVID-19 PADA UMKM DI JEPARA." *Jurnal Cakrawala Ilmiah*. Bajang Institute. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i8.5520>.
- Rohendi, A, Rinawati Rinawati, Nining Handayani, Tresna Budiarti, and Putie Nadya Pratiwi. 2024. "Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Budidaya Dan Pemasaran Tanaman Hias: Menuju Ekonomi Lokal Yang Berkelanjutan." *Jurnal Sosial & Abdimas*. Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya.
<https://doi.org/10.51977/jsa.v6i2.1827>.
- Susanti, Diah Ayu, Zamrud Mirah Delima, and Dwi Soegiarto. 2021. "Pemberdayaan UMKM Refasa Hijab Pada Aspek Pemasaran, Manajerial Dan Produksi Melalui Teknologi Informasi Berbasis Digital Marketing." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*. Politeknik Harapan Bersama Tegal. <https://doi.org/10.30591/japhb.v4i3.2937>.
- Utama, Agung, and Titin Hera Handayani. 2016. "MODEL PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MISKIN MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS POTENSI LOKAL DI KECAMATAN WEDI KABUPATEN KLATEN." *Jurnal Penelitian Humaniora*. Universitas Negeri Yogyakarta.
<https://doi.org/10.21831/hum.v19i2.8041>.
- Widyakto, Adhi, Edy Suryawardana, and Susanto Santo. 2021. "Pendampingan Umkm Kelurahan Gendongan, Kecamatan Tingkir, Kota Salatiga, Melalui Pemasaran Digital." *Jurnal Abdimas*. Universitas Negeri Semarang.
<https://doi.org/10.15294/abdimas.v25i2.32964>.
- Widyakto, Adhi, Edy Suryawardana, Johanis Souisa, and Sugeng Riyanto. 2023. "Pendampingan UMKM Kelurahan Mlati Baru, Kecamatan Timur, Kota
<https://ejournalstisnuaceh.com/index.php/JIL>

Semarang, Melalui Pemasaran Digital.” *DIMASEKA : Jurnal Pengabdian
Kepada Masyarakat*. Universitas Pekalongan.
<https://doi.org/10.31941/dimaseka.v1i2.17>.