



STAI PANCA BUDI

Al-Khidmah : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

E-ISSN : XXXX – XXXX (Online)

Vol. 1, No. 1, Bulan Juli Tahun 2026

Available online at:

<https://journal.pancabudi-stai.ac.id/index.php/Al-Khidmah/>

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH BAGI PELAKU UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI ERA DIGITAL DI DESA BANDAR TENGAH KECAMATAN BANDAR KHALIFAH

Suci Citra Pratiwi Daulay

Sekolah Tinggi Agama Islam Tebingtinggi Deli

sucicitrapratiwi088@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menerapkan manajemen bisnis berbasis syariah serta memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing usaha. Kegiatan dilaksanakan di Desa Bandar Tengah, Kecamatan Bandar Khalifah, dengan sasaran pelaku UMKM yang memiliki berbagai jenis usaha. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan identifikasi kebutuhan, pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi. Materi yang diberikan meliputi konsep manajemen bisnis syariah, perencanaan usaha, pengelolaan dan pencatatan keuangan sederhana, penentuan harga, strategi pemasaran, digital marketing, pemanfaatan media sosial, serta penerapan etika bisnis Islam. Hasil kegiatan menunjukkan adanya respons positif dan peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya pengelolaan usaha secara sistematis, khususnya dalam pencatatan keuangan, perencanaan usaha, strategi pemasaran, dan pemanfaatan media digital. Peserta juga memperoleh pemahaman mengenai penerapan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab dalam menjalankan kegiatan usaha. Pendampingan membantu peserta menghubungkan materi pelatihan dengan kondisi usaha yang mereka jalankan sehingga pengetahuan yang diperoleh dapat diterapkan secara praktis. Kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi manajemen bisnis syariah dengan pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi salah satu pendekatan dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Keberlanjutan pendampingan diperlukan agar pelaku UMKM mampu mengembangkan usaha secara profesional, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan tetap berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

Kata Kunci: *Manajemen Bisnis Syariah; UMKM; Digital Marketing; Daya Saing; Pemberdayaan Masyarakat.*

Abstract

This Community Service Program (PKM) aimed to improve the knowledge and skills of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in implementing Sharia-based business management and utilizing digital technology to enhance business competitiveness. The program was conducted in Bandar Tengah Village, Bandar Khalifah District, targeting MSME actors engaged in various types of businesses. The program employed a participatory approach through several stages, including needs identification, training, practical activities, mentoring, and evaluation. The training materials covered the basic concepts of Sharia business management, business planning, simple financial management and record-keeping, pricing, marketing strategies, digital marketing, social media utilization, and the implementation of Islamic business ethics. The results indicated positive responses from participants and improved understanding of the importance of systematic business management, particularly in financial recording, business planning, marketing strategies, and the utilization of digital media. Participants also gained a better understanding of the application of honesty, trustworthiness, justice, transparency, and responsibility in conducting business activities. The mentoring process helped participants relate the training materials to the actual conditions of their businesses, enabling them to apply the knowledge and skills acquired in practice. This

program demonstrates that integrating Sharia business management with digital technology can serve as an effective approach to strengthening MSME capacity and competitiveness. Continuous mentoring is recommended to support MSME actors in developing their businesses professionally, adapting to technological developments, and maintaining adherence to Sharia principles.

Keywords: Sharia Business Management; MSMEs; Digital Marketing; Business Competitiveness; Community Empowerment.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. Keberadaan UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi sarana bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan dan membangun kemandirian ekonomi. Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, UMKM memiliki posisi strategis karena sebagian besar kegiatan usaha masyarakat berada pada sektor perdagangan, makanan dan minuman, jasa, serta berbagai bentuk usaha produktif lainnya. Meskipun demikian, perkembangan UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama berkaitan dengan kemampuan pengelolaan usaha, pemasaran, pencatatan keuangan, pemanfaatan teknologi digital, serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen (Tambunan, 2019).

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang cukup besar terhadap pola kegiatan bisnis. Digitalisasi memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, membangun komunikasi dengan konsumen, dan memperkenalkan produk melalui berbagai platform digital. Namun, peluang tersebut belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan oleh seluruh pelaku UMKM. Keterbatasan literasi digital, kemampuan membuat konten pemasaran, pemahaman terhadap strategi pemasaran digital, dan kemampuan mengelola transaksi secara digital menjadi beberapa faktor yang menyebabkan sebagian UMKM masih menjalankan usaha dengan pola konvensional (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2022). Oleh karena itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia menjadi salah satu kebutuhan penting dalam pengembangan UMKM di era digital.

Selain kemampuan digital, aspek manajemen juga menjadi faktor penting dalam menentukan keberlanjutan dan daya saing UMKM. Pengelolaan usaha yang baik membutuhkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap berbagai sumber daya yang dimiliki. Pelaku UMKM tidak cukup hanya memiliki kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga perlu memahami bagaimana menetapkan harga, mengelola persediaan, mencatat transaksi, mengatur arus kas, melakukan promosi, serta mengevaluasi perkembangan usaha. Manajemen yang baik dapat membantu pelaku usaha mengambil keputusan berdasarkan kondisi usaha yang sebenarnya sehingga dapat mengurangi risiko dan meningkatkan peluang pengembangan usaha (Kasmir, 2019).

Dalam perspektif Islam, kegiatan bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga harus memperhatikan aspek keadilan, kejujuran, kemaslahatan, dan keberkahan. Manajemen bisnis syariah menempatkan nilai-nilai Islam sebagai landasan dalam mengelola kegiatan usaha, mulai dari proses produksi, pemasaran, transaksi, hingga hubungan dengan konsumen dan mitra usaha. Prinsip kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*ʿadl*), transparansi, serta larangan terhadap riba, gharar, dan maysir merupakan bagian penting dalam membangun aktivitas bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah (Antonio, 2001). Penerapan prinsip tersebut diharapkan tidak hanya menghasilkan keuntungan, tetapi juga membentuk praktik bisnis yang etis dan memberikan kemaslahatan bagi masyarakat.

Urgensi penerapan prinsip bisnis syariah juga semakin relevan seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk dan aktivitas ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Konsep bisnis halal dan syariah memberikan peluang bagi UMKM untuk membangun kepercayaan konsumen sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam kondisi persaingan usaha yang semakin tinggi, kepercayaan konsumen menjadi salah satu aset penting

yang dapat menentukan keberlangsungan suatu usaha. Praktik bisnis yang transparan, harga yang wajar, kualitas produk yang terjaga, serta pelayanan yang baik dapat menjadi modal sosial bagi UMKM dalam mempertahankan konsumen dan memperluas pasar (Kotler & Keller, 2016).

Desa Bandar Tengah, Kecamatan Bandar Khalifah, merupakan salah satu wilayah yang memiliki aktivitas ekonomi masyarakat melalui berbagai bentuk usaha mikro dan kecil. Aktivitas tersebut menjadi bagian dari sumber penghasilan masyarakat sekaligus memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi kegiatan usaha yang lebih produktif. Namun, potensi tersebut perlu didukung dengan peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara profesional dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pelaku UMKM perlu memperoleh pengetahuan dan keterampilan praktis mengenai perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, pemanfaatan media digital, serta penerapan etika bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah.

Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM pada umumnya bukan hanya berkaitan dengan keterbatasan modal, tetapi juga kemampuan dalam mengelola usaha secara sistematis. Sebagian pelaku usaha masih mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, belum melakukan pencatatan transaksi secara teratur, belum memiliki perencanaan pengembangan usaha, dan masih terbatas dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Kondisi tersebut dapat menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui perkembangan keuntungan, menentukan strategi usaha, serta mengambil keputusan yang tepat. Di sisi lain, perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen menuntut UMKM untuk mampu memanfaatkan teknologi digital agar tidak tertinggal dalam persaingan pasar.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dalam bentuk pelatihan dan pendampingan yang tidak hanya memberikan pengetahuan secara teoritis, tetapi juga membangun keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh pelaku UMKM. Pelatihan diberikan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep dasar manajemen bisnis syariah, pengelolaan keuangan usaha, strategi pemasaran, pelayanan konsumen, dan pemanfaatan teknologi digital. Selanjutnya, kegiatan pendampingan dilakukan agar pengetahuan yang diperoleh melalui pelatihan dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam kegiatan usaha masing-masing.

Pendekatan pelatihan dan pendampingan dipandang penting karena peningkatan kapasitas UMKM membutuhkan proses yang berkelanjutan. Pelaku usaha tidak hanya membutuhkan informasi mengenai apa yang harus dilakukan, tetapi juga membutuhkan bimbingan mengenai bagaimana menerapkannya dalam kondisi usaha yang nyata. Pendampingan dapat membantu peserta mengidentifikasi permasalahan usaha, menyusun alternatif solusi, melakukan praktik pencatatan keuangan, mengembangkan strategi pemasaran digital, serta mengevaluasi hasil penerapannya. Dengan demikian, kegiatan PKM diharapkan dapat menghasilkan perubahan yang lebih nyata dibandingkan kegiatan sosialisasi yang hanya dilakukan dalam satu kali pertemuan.

Pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha juga dapat menjadi instrumen strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM. Media sosial, aplikasi pesan instan, dan marketplace dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen. Melalui media tersebut, pelaku UMKM dapat memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas tanpa harus bergantung sepenuhnya pada pemasaran secara konvensional. Namun, pemanfaatan teknologi perlu dilakukan secara bijak dan tetap memperhatikan prinsip etika bisnis Islam, seperti menyampaikan informasi produk secara benar, tidak melakukan manipulasi informasi, tidak memberikan klaim yang berlebihan, serta menjaga kepercayaan konsumen.

Daya saing UMKM pada akhirnya tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjual produk dengan harga murah, tetapi juga oleh kemampuan menciptakan nilai bagi konsumen. Kualitas produk, pelayanan, inovasi, kemampuan memanfaatkan teknologi, efisiensi pengelolaan usaha, serta integritas dalam melakukan transaksi merupakan faktor yang dapat

memperkuat posisi UMKM dalam persaingan. Oleh sebab itu, penguatan manajemen bisnis syariah dapat menjadi pendekatan yang relevan untuk membangun UMKM yang tidak hanya kompetitif secara ekonomi, tetapi juga memiliki landasan etika dan nilai yang kuat.

Kegiatan PKM dengan judul **“Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Bisnis Syariah bagi Pelaku UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha di Era Digital di Desa Bandar Tengah, Kecamatan Bandar Khalifah”** dilaksanakan sebagai upaya untuk menjawab kebutuhan tersebut. Kegiatan ini diarahkan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan praktis pelaku UMKM dalam mengelola usaha berdasarkan prinsip manajemen dan nilai-nilai syariah sekaligus memanfaatkan teknologi digital. Melalui pelatihan dan pendampingan yang terarah, diharapkan pelaku UMKM mampu melakukan pengelolaan usaha secara lebih sistematis, meningkatkan kualitas pemasaran, memperbaiki pengelolaan keuangan, serta membangun hubungan usaha yang berlandaskan kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan memberikan manfaat langsung bagi pelaku UMKM di Desa Bandar Tengah, Kecamatan Bandar Khalifah, sekaligus menjadi bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat. Peningkatan kemampuan manajemen dan pemanfaatan teknologi digital yang dipadukan dengan prinsip bisnis syariah diharapkan dapat mendorong terciptanya UMKM yang lebih profesional, adaptif, beretika, dan memiliki daya saing yang berkelanjutan.

METODOLOGI

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Desa Bandar Tengah, Kecamatan Bandar Khalifah, dengan sasaran utama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjalankan berbagai jenis usaha di lingkungan masyarakat. Kegiatan menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan secara partisipatif, yaitu menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek yang terlibat secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, penyampaian materi, praktik, hingga evaluasi. Pendekatan partisipatif dipilih karena kegiatan pemberdayaan masyarakat perlu memperhatikan kondisi, kebutuhan, dan kemampuan masyarakat sasaran sehingga hasil kegiatan dapat diterapkan secara nyata dan berkelanjutan (Mardikanto & Soebiato, 2017).

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap identifikasi kebutuhan melalui observasi dan komunikasi dengan pelaku UMKM serta pihak terkait di Desa Bandar Tengah. Identifikasi dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi pengelolaan usaha, kemampuan pencatatan keuangan, strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi digital, serta pemahaman pelaku UMKM terhadap prinsip-prinsip bisnis syariah. Hasil identifikasi tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam menentukan materi dan bentuk pendampingan yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh peserta. Analisis kebutuhan menjadi bagian penting dalam kegiatan pemberdayaan karena program yang diberikan harus disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan kelompok sasaran (Kamil, 2012).

Tahap berikutnya adalah persiapan kegiatan yang meliputi koordinasi dengan pemerintah Desa Bandar Tengah, penentuan peserta, penyusunan materi, serta penyediaan sarana dan media yang diperlukan selama kegiatan berlangsung. Materi pelatihan disusun dengan pendekatan praktis agar mudah dipahami dan diterapkan oleh peserta. Materi yang diberikan mencakup konsep dasar manajemen bisnis syariah, perencanaan dan pengelolaan usaha, manajemen keuangan sederhana, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, penentuan harga jual, pengelolaan arus kas, strategi pemasaran, digital marketing, pemanfaatan media sosial, serta penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan usaha.

Pelatihan dilaksanakan secara langsung dengan menggunakan metode ceramah interaktif, diskusi, tanya jawab, demonstrasi, dan praktik. Penyampaian materi mengenai manajemen bisnis syariah diarahkan untuk memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya mengelola usaha secara profesional dengan tetap berlandaskan nilai-nilai Islam. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya kejujuran, amanah, keadilan,

transparansi, serta menghindari praktik riba, gharar, dan maysir dalam aktivitas bisnis. Prinsip-prinsip tersebut menjadi dasar penting dalam membangun kegiatan usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan aspek etika dan kemaslahatan masyarakat (Antonio, 2001).

Pada aspek pengelolaan keuangan, peserta diberikan pemahaman dan latihan mengenai pencatatan transaksi usaha secara sederhana. Peserta diarahkan untuk membedakan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha, mencatat pemasukan dan pengeluaran, menghitung biaya usaha, menentukan harga jual, serta memahami kondisi arus kas. Pencatatan keuangan yang dilakukan secara teratur dapat membantu pelaku usaha mengetahui kondisi keuangan usahanya sehingga keputusan yang berkaitan dengan pengembangan usaha dapat dilakukan berdasarkan informasi yang lebih jelas (Kasmir, 2019).

Selain manajemen keuangan, pelatihan juga memberikan perhatian terhadap pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana meningkatkan daya saing usaha. Peserta diberikan pemahaman mengenai penggunaan media sosial dan berbagai platform digital untuk mempromosikan produk, membangun komunikasi dengan konsumen, dan memperluas jangkauan pasar. Peserta juga diarahkan untuk membuat materi promosi yang menarik dan informatif dengan tetap memperhatikan prinsip kejujuran dan transparansi. Informasi mengenai produk, harga, kualitas, maupun promosi harus disampaikan secara benar dan tidak mengandung unsur penipuan atau manipulasi yang dapat merugikan konsumen.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik secara langsung. Peserta diminta mempraktikkan materi berdasarkan kondisi usaha masing-masing, seperti membuat pencatatan keuangan sederhana, menghitung harga jual produk, menyusun perencanaan usaha, serta membuat contoh promosi melalui media digital. Tim pengabdian memberikan arahan dan koreksi selama proses praktik sehingga peserta dapat memahami kesalahan dan memperbaikinya secara langsung. Metode praktik digunakan agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga memiliki keterampilan yang dapat diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Kegiatan selanjutnya adalah pendampingan yang dilakukan untuk memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan dapat diterapkan secara berkelanjutan. Pendampingan dilakukan dengan memberikan bimbingan terhadap permasalahan nyata yang dihadapi peserta dalam menjalankan usaha. Tim PKM membantu peserta dalam memperbaiki sistem pengelolaan usaha, melakukan pencatatan keuangan, menyusun strategi pemasaran, serta mengoptimalkan penggunaan media digital. Pendampingan dilakukan secara komunikatif dan konsultatif sehingga peserta dapat menyampaikan kendala yang dihadapi dan memperoleh solusi berdasarkan kondisi usaha masing-masing.

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan pelatihan dan pendampingan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengetahui perubahan tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui observasi terhadap partisipasi peserta, penilaian terhadap hasil praktik, diskusi, serta wawancara singkat mengenai pengalaman peserta selama kegiatan. Hasil pre-test dan post-test dibandingkan untuk melihat peningkatan pemahaman peserta mengenai manajemen bisnis syariah, pengelolaan keuangan, dan pemasaran digital. Sementara itu, hasil observasi dan wawancara digunakan untuk mengetahui perubahan keterampilan, tingkat partisipasi, respons peserta, serta kendala yang masih dihadapi setelah kegiatan.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif digunakan untuk melihat perubahan skor pemahaman peserta melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test, sedangkan data kualitatif digunakan untuk menggambarkan proses pelaksanaan kegiatan, kemampuan peserta dalam mempraktikkan materi, serta perubahan dalam pengelolaan usaha. Keberhasilan kegiatan ditandai dengan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep manajemen bisnis syariah, kemampuan melakukan pencatatan keuangan sederhana, kemampuan menyusun strategi pemasaran, peningkatan

pemanfaatan media digital, serta meningkatnya kesadaran untuk menerapkan nilai-nilai syariah dalam kegiatan bisnis. Melalui metode pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara partisipatif tersebut, kegiatan PKM diharapkan mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Bandar Tengah, Kecamatan Bandar Khalifah, sehingga lebih mampu mengelola usaha secara profesional, adaptif terhadap perkembangan digital, dan tetap berlandaskan prinsip-prinsip bisnis syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan judul “Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Bisnis Syariah bagi Pelaku UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha di Era Digital di Desa Bandar Tengah, Kecamatan Bandar Khalifah” dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam meningkatkan kemampuan masyarakat, khususnya pelaku UMKM, dalam mengelola usaha secara lebih profesional, adaptif, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pelaksanaan kegiatan memperoleh respons yang positif dari peserta karena materi yang diberikan berkaitan langsung dengan aktivitas usaha yang mereka jalankan sehari-hari. Kegiatan tidak hanya berorientasi pada penyampaian pengetahuan, tetapi juga diarahkan pada peningkatan keterampilan melalui praktik dan pendampingan.

Berdasarkan hasil identifikasi awal, pelaku UMKM di Desa Bandar Tengah memiliki potensi ekonomi yang cukup baik karena masyarakat telah menjalankan berbagai aktivitas usaha untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan beberapa kendala yang berkaitan dengan pengelolaan usaha. Sebagian pelaku usaha masih menjalankan kegiatan usaha secara sederhana dan belum melakukan manajemen secara sistematis. Pengelolaan keuangan masih cenderung bercampur antara kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan usaha, pencatatan transaksi belum dilakukan secara rutin, dan perhitungan keuntungan belum sepenuhnya didasarkan pada catatan keuangan yang terstruktur. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan manajemen menjadi kebutuhan penting bagi pelaku UMKM agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

Permasalahan pengelolaan keuangan merupakan salah satu aspek yang perlu mendapatkan perhatian dalam pengembangan UMKM. Ketika transaksi pemasukan dan pengeluaran tidak dicatat secara teratur, pelaku usaha akan mengalami kesulitan dalam mengetahui jumlah modal yang tersedia, besarnya biaya operasional, jumlah keuntungan, dan perkembangan usaha dari waktu ke waktu. Melalui kegiatan pelatihan, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha serta melakukan pencatatan sederhana terhadap setiap transaksi. Peserta kemudian diberikan contoh pencatatan pemasukan dan pengeluaran yang dapat dilakukan menggunakan buku catatan maupun perangkat digital sederhana. Kegiatan tersebut memberikan pemahaman bahwa pengelolaan keuangan tidak selalu membutuhkan sistem yang kompleks, tetapi yang paling penting adalah konsistensi dan keteraturan dalam melakukan pencatatan.

Hasil praktik menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam memahami pencatatan transaksi usaha. Peserta mulai mampu mengidentifikasi transaksi yang termasuk pemasukan, pengeluaran, modal, dan keuntungan. Pemahaman tersebut menjadi dasar penting dalam menentukan keputusan usaha karena pelaku UMKM dapat mengetahui kondisi keuangan berdasarkan data yang dimiliki. Kasmir (2019) menjelaskan bahwa pengelolaan keuangan yang baik membantu pelaku usaha dalam melakukan perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan keuangan. Dengan demikian, pelatihan manajemen keuangan dalam kegiatan PKM ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga membangun kesadaran peserta mengenai pentingnya pengelolaan keuangan sebagai bagian dari keberlanjutan usaha.

Selain pengelolaan keuangan, kegiatan juga memberikan pemahaman mengenai pentingnya perencanaan usaha. Sebelum kegiatan pelatihan, sebagian peserta lebih banyak berfokus pada aktivitas produksi dan penjualan tanpa melakukan perencanaan usaha secara

tertulis. Melalui pelatihan, peserta diarahkan untuk mengenali produk yang dijual, menentukan sasaran konsumen, memperhitungkan biaya, menentukan harga jual, merancang strategi pemasaran, dan memikirkan peluang pengembangan usaha. Perencanaan tersebut menjadi penting karena persaingan bisnis menuntut pelaku UMKM untuk tidak hanya mempertahankan aktivitas usaha yang telah berjalan, tetapi juga mampu membaca perubahan kebutuhan dan perilaku konsumen.

Dalam konteks manajemen bisnis syariah, perencanaan usaha juga diarahkan agar kegiatan bisnis tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi memperhatikan nilai-nilai moral dan kemaslahatan. Peserta diberikan pemahaman bahwa keberhasilan bisnis dalam perspektif Islam tidak semata-mata diukur dari besarnya keuntungan, tetapi juga dari cara memperoleh keuntungan tersebut. Kejujuran dalam menyampaikan kondisi produk, keterbukaan mengenai harga, menjaga kualitas, memenuhi janji kepada konsumen, dan memberikan pelayanan yang baik merupakan bagian dari etika bisnis Islam. Antonio (2001) menegaskan bahwa prinsip ekonomi dan bisnis Islam memiliki landasan nilai yang menekankan keadilan, kejujuran, amanah, dan keseimbangan dalam aktivitas ekonomi.

Penerapan prinsip bisnis syariah menjadi salah satu hasil penting dari kegiatan pengabdian ini. Peserta diberikan pemahaman bahwa transaksi usaha harus dilakukan secara transparan dan tidak boleh mengandung unsur penipuan, ketidakjelasan yang merugikan, maupun praktik yang bertentangan dengan prinsip syariah. Prinsip amanah menjadi salah satu nilai yang ditekankan karena hubungan antara pelaku usaha dan konsumen pada dasarnya dibangun atas dasar kepercayaan. Ketika pelaku usaha mampu menjaga kualitas produk, memberikan informasi yang benar, dan memenuhi kesepakatan transaksi, kepercayaan konsumen akan semakin meningkat. Kondisi tersebut pada akhirnya dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan usaha.

Kegiatan PKM juga menunjukkan bahwa aspek pemasaran menjadi salah satu bidang yang sangat membutuhkan penguatan. Perubahan perilaku konsumen akibat perkembangan teknologi menyebabkan proses pencarian informasi dan keputusan pembelian semakin banyak dilakukan melalui media digital. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar, tetapi pada saat yang sama menuntut pelaku usaha memiliki kemampuan dalam menggunakan teknologi sebagai bagian dari strategi pemasaran. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital telah memberikan perubahan terhadap cara perusahaan berkomunikasi dan membangun hubungan dengan konsumen. Oleh karena itu, kemampuan memanfaatkan media digital menjadi salah satu bagian penting dalam meningkatkan daya saing usaha.

Melalui pelatihan, peserta diperkenalkan dengan pemanfaatan media sosial dan aplikasi digital sebagai sarana pemasaran. Peserta diberikan pemahaman mengenai cara menampilkan produk secara lebih menarik, membuat deskripsi produk, mencantumkan harga, memberikan informasi kontak, serta membangun komunikasi dengan konsumen. Peserta juga diberikan praktik sederhana dalam membuat materi promosi digital. Kegiatan tersebut memberikan pengalaman baru bagi peserta karena pemasaran tidak lagi hanya dilakukan melalui hubungan langsung dengan konsumen, tetapi juga dapat dilakukan melalui media digital yang memiliki jangkauan lebih luas.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk mempublikasikan produk, tetapi juga dapat digunakan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Respons terhadap pertanyaan konsumen, pemberian informasi yang jelas, pelayanan yang cepat, dan penyampaian promosi yang menarik merupakan bagian dari strategi membangun kepercayaan. Penggunaan media sosial secara konsisten juga dapat membantu UMKM membangun identitas usaha sehingga produk lebih mudah dikenali oleh konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi dapat menjadi salah satu instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM apabila disertai dengan kemampuan pengelolaan yang memadai.

Namun demikian, kegiatan juga menemukan bahwa pemanfaatan teknologi digital masih menghadapi beberapa kendala. Sebagian peserta belum terbiasa menggunakan teknologi untuk kegiatan bisnis dan masih memerlukan pendampingan dalam membuat konten promosi serta mengelola komunikasi digital. Selain itu, terdapat peserta yang masih menganggap pemasaran digital hanya sebagai aktivitas tambahan dan belum menjadikannya sebagai bagian dari strategi usaha. Oleh karena itu, pendampingan setelah pelatihan menjadi penting agar peserta memperoleh kesempatan untuk mempraktikkan penggunaan media digital secara berkelanjutan. Proses tersebut diharapkan dapat mengurangi kesenjangan kemampuan digital dan meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi.

Dari aspek daya saing, kegiatan pelatihan dan pendampingan memberikan pemahaman bahwa persaingan usaha tidak hanya ditentukan oleh harga produk. Kualitas, pelayanan, inovasi, kemampuan pemasaran, pengelolaan keuangan, serta kepercayaan konsumen merupakan unsur yang saling berkaitan. UMKM yang mampu mengelola aspek-aspek tersebut secara baik akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mempertahankan konsumen dan mengembangkan pasar. Dalam perspektif manajemen pemasaran, penciptaan nilai bagi konsumen merupakan bagian penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Penerapan prinsip syariah juga dapat menjadi nilai tambah bagi UMKM. Ketika nilai kejujuran, amanah, keadilan, dan transparansi diterapkan dalam kegiatan usaha, pelaku UMKM tidak hanya membangun hubungan ekonomi dengan konsumen, tetapi juga membangun hubungan yang didasarkan pada kepercayaan dan etika. Prinsip tersebut menjadi semakin penting dalam pemasaran digital karena konsumen sering kali melakukan transaksi tanpa bertemu secara langsung dengan penjual. Dalam kondisi tersebut, informasi yang diberikan oleh pelaku usaha menjadi dasar bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, etika bisnis syariah dapat menjadi salah satu kekuatan dalam membangun reputasi usaha.

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan adanya perubahan positif dalam pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menjelaskan konsep dasar manajemen bisnis syariah, memahami pentingnya pencatatan keuangan, menyusun strategi pemasaran sederhana, serta mengenali manfaat penggunaan media digital. Perubahan tersebut terlihat dari hasil diskusi, praktik, dan perbandingan pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Meskipun peningkatan kemampuan peserta memiliki tingkat yang berbeda-beda, secara umum kegiatan mampu memberikan pengetahuan dan pengalaman baru yang relevan dengan kebutuhan usaha mereka.

Keberhasilan kegiatan juga terlihat dari partisipasi peserta selama proses pelatihan dan pendampingan. Peserta aktif mengajukan pertanyaan mengenai persoalan yang mereka hadapi, terutama berkaitan dengan penentuan harga jual, pengelolaan modal, pencatatan transaksi, pemasaran produk, dan penggunaan media sosial. Pertanyaan tersebut menunjukkan bahwa materi yang diberikan memiliki relevansi dengan kondisi nyata usaha peserta. Diskusi yang terjadi selama kegiatan juga memungkinkan tim PKM memberikan solusi yang lebih kontekstual berdasarkan jenis usaha dan permasalahan masing-masing peserta.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM di Desa Bandar Tengah, Kecamatan Bandar Khalifah, menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan manajemen bisnis syariah dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Penguatan pengetahuan mengenai manajemen usaha, keuangan, pemasaran, teknologi digital, dan etika bisnis syariah memberikan dasar bagi peserta untuk melakukan perbaikan dalam pengelolaan usaha. Meskipun perubahan tersebut membutuhkan proses yang berkelanjutan, kegiatan ini telah memberikan langkah awal dalam membangun kesadaran dan keterampilan pelaku UMKM untuk mengelola usaha secara lebih profesional.

Dengan demikian, peningkatan daya saing UMKM tidak dapat dilakukan hanya melalui pemberian modal, tetapi juga membutuhkan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang

mengelola usaha. Pelaku UMKM perlu memiliki kemampuan manajerial, literasi keuangan, kemampuan digital, kreativitas pemasaran, dan pemahaman terhadap etika bisnis. Integrasi antara kemampuan tersebut dengan prinsip-prinsip syariah dapat membentuk model pengelolaan usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan kejujuran, keadilan, kebermanfaatan, dan keberlanjutan. Kegiatan pelatihan dan pendampingan di Desa Bandar Tengah menjadi salah satu bentuk nyata kontribusi perguruan tinggi dalam mendorong peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat melalui penguatan manajemen bisnis berbasis syariah di era digital.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Bisnis Syariah bagi Pelaku UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha di Era Digital di Desa Bandar Tengah, Kecamatan Bandar Khalifah” telah memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola kegiatan usaha. Pelaksanaan kegiatan melalui tahapan pelatihan, praktik, dan pendampingan memberikan pengalaman kepada peserta mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang dilakukan secara terencana, sistematis, dan berkelanjutan.

Kegiatan menunjukkan bahwa aspek manajemen keuangan, khususnya pencatatan pemasukan dan pengeluaran serta pemisahan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, merupakan bagian penting yang perlu diperkuat oleh pelaku UMKM. Selain itu, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya perencanaan usaha, penentuan harga, pengelolaan arus kas, serta strategi pemasaran sebagai bagian dari upaya meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha. Pemanfaatan media digital juga memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran, memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas, dan membangun komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan.

Penerapan prinsip manajemen bisnis syariah memberikan landasan etis dalam menjalankan kegiatan usaha. Pelaku UMKM memperoleh pemahaman mengenai pentingnya kejujuran, amanah, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab dalam melakukan transaksi serta memberikan pelayanan kepada konsumen. Integrasi antara manajemen usaha, pemanfaatan teknologi digital, dan nilai-nilai syariah diharapkan dapat membentuk pola pengelolaan UMKM yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan keberkahan, kepercayaan konsumen, dan keberlanjutan usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan dan pendampingan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM di Desa Bandar Tengah, Kecamatan Bandar Khalifah. Kegiatan ini menjadi langkah awal dalam mendorong pelaku UMKM agar lebih profesional dalam mengelola usaha, mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, serta memiliki daya saing yang lebih baik dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip bisnis syariah.

Berdasarkan hasil kegiatan, pelaku UMKM di Desa Bandar Tengah disarankan untuk menerapkan secara konsisten pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama pelatihan, khususnya dalam melakukan pencatatan keuangan, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, menyusun perencanaan usaha, serta melakukan evaluasi terhadap perkembangan bisnis secara berkala. Pelaku UMKM juga perlu meningkatkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran dengan tetap memperhatikan kejujuran, transparansi, dan etika bisnis syariah dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen.

Pemerintah desa diharapkan dapat memberikan dukungan yang berkelanjutan melalui fasilitasi pelatihan, pendampingan, akses informasi, serta pengembangan jaringan pemasaran bagi pelaku UMKM. Dukungan tersebut penting agar peningkatan kapasitas yang telah diperoleh melalui kegiatan PKM dapat terus berkembang dan memberikan dampak terhadap peningkatan perekonomian masyarakat desa.

Perguruan tinggi dan tim pengabdian juga disarankan untuk melanjutkan kegiatan pendampingan secara berkala dengan materi yang lebih spesifik sesuai dengan perkembangan

kebutuhan pelaku UMKM. Kegiatan lanjutan dapat diarahkan pada penguatan digital marketing, pengembangan merek dan kemasan produk, literasi keuangan syariah, pengembangan produk halal, serta pemanfaatan marketplace sebagai sarana pemasaran. Pendampingan yang berkelanjutan diharapkan dapat membantu pelaku UMKM mengatasi berbagai kendala dalam penerapan hasil pelatihan dan meningkatkan kemampuan mereka dalam menghadapi persaingan usaha di era digital.

Selain itu, diperlukan kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, pelaku UMKM, dan pihak terkait lainnya dalam membangun ekosistem usaha yang mendukung perkembangan UMKM berbasis syariah. Kolaborasi tersebut diharapkan dapat membuka akses yang lebih luas terhadap pelatihan, pemasaran, teknologi, permodalan, dan pengembangan jaringan usaha. Dengan adanya sinergi tersebut, UMKM di Desa Bandar Tengah diharapkan mampu berkembang menjadi usaha yang lebih profesional, kompetitif, berkelanjutan, dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat dengan tetap berlandaskan nilai-nilai Islam.

REFERENSI

- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Kamil, M. (2012). *Model pendidikan dan pelatihan: Konsep dan aplikasi*. Alfabeta.
- Kasmir. (2019). *Analisis laporan keuangan* (Edisi revisi). Rajawali Pers.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar (UB) tahun 2019–2022*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2017). *Pemberdayaan masyarakat dalam perspektif kebijakan publik*. Alfabeta.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Strategi nasional literasi keuangan Indonesia 2021–2025*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Ghalia Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. (2014). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295*.
- Bank Indonesia. (2020). *Profil bisnis usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM)*. Bank Indonesia.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Transformasi digital dan pengembangan UMKM di Indonesia*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.