

## **Pengenalan Manajemen Bisnis Syariah Melalui Pelatihan Kewirausahaan pada Kelompok Tani di Kampung Cengal, Desa Karacak, Kecamatan Leuwiliang, Kabupaten Bogor**

**Desti Amanda Riyani<sup>1</sup>, Ujang Buchori Muslim<sup>2</sup>, Hasbi Ash Shiddieqy<sup>3</sup>.**

<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.

<sup>1</sup> Email: [destiamanda08@gmail.com](mailto:destiamanda08@gmail.com), <sup>2</sup> Email: [buchori.muslim@inais.ac.id](mailto:buchori.muslim@inais.ac.id),

<sup>3</sup> Email: [hasbi.as@inais.ac.id](mailto:hasbi.as@inais.ac.id).

### *Abstract*

*This community service activity was carried out on Tuesday, September 22, 2020 at kp. Cengal RT 01 RW 05 Karacak Village, Leuwiliang District, Bogor Regency. the purpose of this activity is to provide training to farmer groups and the kp.cengal community to process agricultural products into other products so that they can increase added value and provide information on how to develop businesses by marketing good products, namely through digital marketing. The activity method in its implementation uses various methods such as presentations, discussions, questions and answers, as well as providing digital marketing training for farmer groups in kp. block out. The results of the activity are speakers, namely lecturers who have been prepared by the implementation committee, this entrepreneurship counseling provides training on motivation in entrepreneurship, procedures for licensing MUI halal certification, business planning to packaging and labeling, along with product marketing strategies through digital marketing. for farmer groups so that the practice given in this Community Service activity is a simulation of building a new business and planning its marketing. This activity was very well received, as seen from the enthusiasm of the community in participating in the activities and discussions.*

*Keywords: entrepreneurship training, farmer groups, digital marketing*

### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan pada hari Selasa, 22 September 2020 bertempat di kp. Cengal rt 01 rw 05 desa karacak kecamatan leuwiliang Kab Bogor. tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pelatihan kepada kelompok tani dan masyarakat kp.cengal untuk mengolah produk pertanian menjadi produk lain sehingga dapat meningkatkan nilai tambah dan memberikan informasi mengenai cara mengembangkan usaha dengan memasarkan produk yang baik yaitu melalui *Digital marketing*. Metode kegiatan dalam pelaksanaannya menggunakan berbagai metode seperti presentasi, diskusi, tanya jawab, serta memberikan pelatihan *digital marketing* bagi para kelompok tani yang berada di kp. cengal. Hasil kegiatan adalah Pemateri yaitu dosen yang sudah di persiapkan oleh panitia pelaksanaan, penyuluhan kewirausahaan ini memberikan pelatihan mengenai motivasi dalam berwirausaha, tata cara perizinan sertifikasi halal MUI, perencanaan usaha hingga pengemasan dan pebelan, beserta strategi pemasaran produk melalui *digital marketing*. bagi para kelompok tani agar Praktek yang diberikan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah simulasi membangun usaha baru serta perencanaan pemasarannya. Kegiatan ini disambut dengan sangat baik, terlihat dari antusiasme masyarakat dalam mengikuti kegiatan dan diskusi.

Kata Kunci: Pelatihan Kewirausahaan, Kelompok Tani, Digital Marketing

## I. Pendahuluan

Dalam kondisi perekonomian yang semakin sulit, kemampuan berwirausaha merupakan suatu hal yang sangat diperlukan. Kewirausahaan tidak hanya dapat dipahami sebagai kemampuan untuk membuka usaha sendiri. Namun lebih luas lagi, kewirausahaan dapat dimaknai sebagai momentum untuk mengubah mentalitas, pola pikir dan perubahan sosial budaya. Pengertian kewirausahaan sendiri adalah kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan (peluang) bisnis serta kemampuan mengoptimalkan sumberdaya dan mengambil tindakan serta bermotivasi tinggi dalam mengambil resiko dalam rangka mensukseskan bisnisnya.

Menurut Sudhamek AWS *entrepreneur* adalah orang yang mampu melihat peluang, berani mengambil peluang dan mampu mewujudkan peluang tersebut. Kemampuan seperti itu sangat relevan untuk semua orang yang ingin berhasil dalam dunia kerja. Selain itu, *entrepreneur* yang sukses memiliki banyak karakter positif seperti kreatif dan inovatif, berani mengambil resiko, tangguh menghadapi tantangan, serta jujur pada diri sendiri dan orang lain.

Peran wirausaha adalah memperbaharui dengan merusak secara kreatif dengan keberanian melihat dan mengubah apa yang sudah dianggap mapan, rutin, dan memuaskan. Peran lain dari wirausaha adalah sebagai inovator yang menghadirkan hal-hal baru di masyarakat. Juga mengambil dan memperhitungkan risiko. Wirausaha juga berperan mencari peluang dan memanfaatkannya, Serta menciptakan organisasi baru. Selanjutnya hasil karya wirausaha itu sendiri adalah untuk menghasilkan sumberdaya baru yang sejahtera dan juga dapat meningkatkan kemampuan sumberdaya yang ada untuk menciptakan kesejahteraan bersama, kewirausahaan dapat berjalan dengan baik jika pelaksanaannya memiliki karakteristik pribadi wirausaha .

Dalam mengembangkan antara wirausaha dan inovasi, wirausaha adalah orang yang melakukan inovasi sedangkan orang yang tidak sedang melakukan inovasi dianggap tidak melakukan peran sebagai wirausaha. Dan inovasi itu sendiri mempunyai pengertian yang sedikit lebih spesifik, yaitu suatu usaha untuk menciptakan perubahan yang terfokus dan disengaja di bidang ekonomi atau potensi sosial suatu organisasi.

Di tengah himpitan ekonomi yang semakin besar dan lapangan pekerjaan yang semakin sempit, kewirausahaan dirasakan sebagai jalan yang paling efektif untuk membangkitkan kembali kehidupan perekonomian masyarakat. Menurut David McClelland, suatu negara dapat menjadi makmur jika sedikitnya memiliki dua persen wirausahawan dari jumlah penduduknya.

Untuk itu Indonesia perlu secara serius mempersiapkan lahirnya generasi wirausahawan sebab para wirausahawan inilah yang akan menjadi penggerak pembangunan ekonomi Indonesia. Untuk menjadi seorang wirausahawan yang handal diperlukan motivasi berwirausaha yang tinggi.

Menurut Herawaty (2010) motivasi berwirausaha adalah perhatian, kesenangan, dan kemauan seseorang untuk melakukan kegiatan usaha yang mandiri berdasar pada kemampuan, kekuatan, dan keterampilan yang dimiliki. Motivasi berwirausaha inilah yang akan mengarahkan dan mendorong individu atau kelompok untuk menjalankan dan membangun usaha itu sendiri (Purnomo, 2017).

Dengan motivasi berwirausaha yang tinggi, individu atau kelompok tidak hanya fokus pada keuntungan yang diperoleh melainkan juga pada kepuasan dalam berwirausaha. Namun demikian hal ini kurang ditemukan pada masyarakat di sebuah kampung yang sudah memiliki peluang dalam berwirausaha yang dimana kampung ini bernama kampung Cengal.

Kampung Cengal Desa Karacak Merupakan Salah satu Kampung yang terletak di Kecamatan Leuwiliang, Komoditas utama dari kampung ini adalah buah manggis, Durian, Campedak, dan melinjo. Hampir 70% warganya adalah petani. Kampung ini memiliki peluang untuk pengembangan pelatihan pengolahan produk lokal untuk meningkatkan nilai tambah output.

Hal ini terlihat dari hasil wawancara dengan beberapa masyarakat kampung cengal yang sudah mempunyai kelompok usaha sendiri yang di berinama kelompok Tani Karya mekar, Kelompok Tani Karya Mekar Merupakan kelompok tani yang aktif dan terlibat dalam pemberdayaan dimana kelompok tersebut melakukan kegiatan dalam menunjang pada bidang perekonomian. dalam pengembangannya kelompok tani ini masih terkendala dalam pemasaran dan kepengurusan sertifikasi halal pada produk nya. masyarakat masih minim dalam pengetahuan melakukan pemasaran produk dan belum mengerti tata cara kepengurusan perizinan sertifikasi Halal MUI padahal masyarakat kampung cengal ini sudah mempunyai beberapa produk yang di olah dengan bahan dasar dari kulit buah manggis, Salah satu bentuk pengolahan produk nya adalah pembuatan Minuman Sari Teh kulit buah manggis, Teh tubruk kulit buah manggis, dan Teh Celup kulit buah manggis.

Salah satu cara untuk meningkatkan pengetahuan pemasaran produk di zaman sekarang serta masyarakat mengerti tata cara perizinan sertifikasi halal MUI dan motivasi pada masyarakat adalah melalui pelatihan kewirausahaan. Sebagai suatu disiplin ilmu, maka ilmu kewirausahaan dapat dipelajari dan diajarkan, sehingga setiap individu atau kelompok memiliki peluang untuk tampil sebagai seorang wirausahawan (*entrepreneur*). Bahkan untuk menjadi wirausahawan sukses, memiliki bakat saja tidak cukup, tetapi juga harus memiliki pengetahuan segala aspek usaha yang akan ditekuninya. Pelatihan kewirausahaan

yang disesuaikan dengan karakteristik kelompok tani diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan motivasi mereka menjadi seorang wirausahawan yang sukses. Dengan demikian penelitian ini berusaha untuk menggali bagaimanakah efektivitas pelatihan kewirausahaan bagi kelompok tani dalam membantu mereka memiliki pengetahuan dan motivasi berwirausaha.

Berdasarkan permasalahan tersebut di perlukan adanya gebrakan untuk memberikan penyadaran dan membuka pola pikir serta cekrawala masyarakat di kampung cengal rw 05. Salah satu gebrakan yang dapat di lakukan dalam meningkatkan kesadaran dan informasi yang luas adalah melalui penyuluhan kewirausahaan. Oleh karena itu penulis dan rekan lain nya yang melakukan tugas di kampung Cengal Desa Karacak untuk membahas dan memberikan alternatif solusi untuk menanggulangi permasalahan tersebut yaitu dengan membuat sebuah program pengabdian kepada masyarakat disertai pengenalan manajemen bisnis syariah.

## II. Tinjauan Pustaka

### II.1. Pelatihan Kewirausahaan

#### 1. Pengertian Pelatihan

Pelatihan merupakan suatu kegiatan yang di tujukan untuk memperbaiki kemampuan skill seseorang dalam kaitannya dengan aktivitas ekonomi. Pelatihan membantu memahami suatu pengetahuan praktis dan penerapannya, guna meningkatkan kemampuan keterampilan, kecakapan, dan sikap yang di perlukan oleh seseorang atau organisasi dalam usaha mencapai tujuannya.

Menurut Simamora pelatihan merupakan serangkaian aktivitas yang di rancang untuk meningkatkan keahlian-keahlian, pengetahuan, pengalaman ataupun perubahan sikap seorang individu. Pelatihan berkenaan dengan perolehan keahlian-keahlian atau pengalaman tertentu. Program pelatihan berusaha

mengajarkan bagaimana melaksanakan aktivitas atau pekerjaan tertentu.

Peran strategis dari kegiatan pelatihan khususnya pelatihan kewirausahaan juga membuat pemerintah Republik Indonesia tergiat untuk ikut mendorong usaha ini, pada UU No. 9 Tahun 1995, pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melakukan pembinaan atau pelatihan dan pengembangan dalam sumber daya manusia. Langkah-langkah yang di tempuh adalah:

1. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan.
2. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial.
3. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan, konsultasi usaha kecil.
4. Menyediakan tenaga penyuluhan dan konsultasi usaha kecil.

Program pelatihan kewirausahaan memberikan dampak positif terhadap pola pikir, kemampuan dan status kewirausahaan. Program pelatihan kewirausahaan juga berperan dalam membentuk intensi kewirausahaan berupa timbulnya keinginan peserta program untuk memulai dan mengembangkan bisnis serta melihat peluang usaha lain yang bisa di jalankan (Ariza, 2018).

## 2. Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Achmad Sanusi (1994), kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumberdaya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis. Dengan demikian dapat ditarik benang merah bahwa kewirausahaan merupakan salah satu bentuk karakter, mengingat pendapat Coon bahwa karakter merupakan perwujudan dari nilai ke dalam bentuk perilaku.

Dari penjelasan tentang karakter di atas dapat dilihat bahwa karakter dibentuk sejak dini melalui pembiasaan-pembiasaan dan stimulasi pada anak. Dengan demikian karakter kewirausahaan juga perlu dikembangkan sejak usia dini

dan perlu diketahui nilai-nilai apa saja yang perlu dikembangkan dalam karakter tersebut.

Menurut Zimmerer (1996) kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Demikian halnya tertulis dalam Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil No.961/KEP/M/XI/1995, dimana kewirausahaan diartikan sebagai semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Menurut Wijandi (1988) mengungkapkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu sifat keberanian, keutamaan dan keteladanan dalam mengambil resiko yang bersumber pada kemampuan sendiri. Pendapat ini senada dengan Cantillon (<http://www.westaction.org>) yang mendefinisikan kewirausahaan sebagai bekerja sendiri (self-employment).

Faktor-faktor yang perlu di pertimbangkan dalam kewirausahaan

### a. Jenis Usaha

Wirasahawan harus membuat daftar prioritas jenis usaha dilihat dari kebutuhan pasar, kemampuan, keahlian, financial/modal, kesempatan dan dampak lainnya.

### b. Tempat dan Lokasi

Strategis dalam arti tidak mengganggu lingkungan, dekat dengan bahan baku produksi, kelancaran transportasi, dekat dengan pusat ekonomi, pusat pendidikan, pemukiman pariwisata, transportasi laut, sungai, danau, dan udara.

### c. Prospek Pasar dan Persaingan

Ketajaman memproyeksi prospek pasar

biasanya berkaitan dengan harga jual yang ditentukan oleh sumber pasar.

- d. Faktor Jumlah Penduduk Penduduk ditentukan oleh berapa besar populasi penduduk dengan rata-rata jumlah laki-laki dan perempuan, jumlah (PNS) Pegawai Negeri Sipil, jumlah pegawai swasta, jumlah petani, jumlah siswa dan mahasiswa.
- e. Aspek Teknologis Berkaitan dengan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK); apakah pilihan terhadap teknologi tepat guna, teknologi modern maupun tradisional kaitannya dengan kelengkapan peralatan, kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam menciptakan suatu barang.
- f. Aspek Perizinan dan Administrasi Hal ini berkaitan dengan pengembangan masa depan usaha.
- g. Inovasi dan Kreativitas Tinggi Inovasi yaitu implementasi dan kreativitas yang berdampak pada pendapatan suatu perusahaan dan terus-menerus dikembangkan walaupun adanya pengaruh kompetitif yang besar, pengaruh pasar yang tidak menentu, baik secara local, nasional, regional, maupun internasional (Sembiring).

### 3. Motivasi Berwirausaha

Robbins (1996) mendefinisikan motivasi sebagai the willingness to exert high levels of effort toward organizational goals, conditioned by the effort's ability to satisfy some individual need, artinya motivasi merupakan suatu keinginan untuk mengerahkan tingkat usaha yang tinggi untuk mencapai tujuan organisasi, dikondisikan dengan kemampuan usaha untuk memuaskan kebutuhan individu-individu.

Menurut Herawaty (2010) motivasi berwirausaha adalah perhatian, kesenangan, dan kemauan seseorang untuk melakukan kegiatan usaha yang mandiri berdasar pada kemampuan, kekuatan, dan keterampilan yang dimiliki.

Motivasi berasal dari kata Latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Pentingnya motivasi adalah karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal (Hasibuan, 2005). Motivasi adalah tenaga yang menggerakkan dan mengarahkan aktivitas seseorang dan dapat merupakan tujuan dan alat dalam pembelajaran serta berkaitan dengan minat. Motivasi bisa bersifat internal, artinya datang dari dirinya sendiri; dapat juga bersifat external yaitu dari guru, orang tua, teman dan sebagainya (Tyka, 2007). Oleh karena itu, memahami motivasi yang ada pada individu patut juga memahami beberapa teori yang dikemukakan oleh para pakar.

### II.2. Kelompok Tani

Kecamatan Leuwiliang merupakan kawasan agropolitan yang ditetapkan berdasarkan SK Mentan No. 312/TU.210/A/X/2002 perihal penetapan kawasan agropolitan tahun 2002 serta kedudukannya yaitu sebagai hirarki II dalam lingkup Kabupaten Bogor. Dalam penetapan kawasan agropolitan tersebut ditetapkan salah satu desa di Kecamatan Leuwiliang yaitu Desa Karacak yang merupakan pusat kawasan agropolitan dengan komoditas unggulan manggis dan didukung 4 desa lainnya yaitu Desa Karyasari, Desa Barengkok, Desa Leuwiliang, dan Desa Leuwimekar yang terbentuk menjadi Kawasan Agropolitan Leuwiliang.

Lingkup dalam Kawasan Agropolitan Leuwiliang terdiri dari Desa Karacak sebagai pusat kawasan agropolitan, Desa Karyasari, dan Desa Barengkok sebagai hinterland/pendukung kegiatan produksi dan pelayanan kawasan agropolitan berupa pengolahan manggis serta Desa Leuwiliang dan Desa Leuwimekar sebagai pusat permukiman perdesaan dan pusat komersil (pelayanan jasa dsb) dengan penduduk terbanyak di Kecamatan Leuwiliang dan

didukung oleh kemudahan aksesibilitas karena dilewati oleh aksesibilitas menuju jalan regional.

Kebun manggis yang tersebar di wilayah ini berasal dari hutan sekunder dengan tanaman manggis yang sudah ada secara turun temurun. Dengan keseluruhan luas lahan sekitar  $\pm 320$  Ha. Awalnya tanaman manggis di Kecamatan Leuwiliang merupakan tanaman yang tumbuh tidak teratur dan berkembang begitu saja tanpa perawatan/pemeliharaan yang khusus dari petani.

Tanaman manggis ditanam dengan jarak tanam yang tidak teratur sehingga antar tanaman manggis atau dengan tanaman lain memiliki kanopi yang saling menutupi. Kawasan agropolitan Leuwiliang Timur ini merupakan salah satu pemasok manggis yang besar dalam kegiatan ekspor buah-buahan tropika Indonesia. Sampai saat ini banyak penanam modal yang menanamkan modalnya untuk mengembangkan usaha manggis. Potensi tanaman manggis di Kecamatan Leuwiliang cukup tinggi dengan jumlah pohon yang ada saat ini sekitar 10.000 pohon, akan tetapi tanaman tersebut belum dikelola dengan baik.

Dalam upaya untuk mengatasi masalah tersebut diatas perlu dilakukan pembinaan dan pengembangan secara terpadu dan berkesinambungan mengenai seluruh aspek agribisnis kepada petani. Dalam rangka perbaikan sistem budidaya ini maka dibentuk kelompok tani manggis Karya Mekar pada tanggal 27 Februari 2001, di Kampung Cengal, Desa Karacak, Kecamatan Leuwiliang Bogor. Jumlah anggota kelompok terdiri dari 31 orang.

Kelompok tani ini sebelumnya merupakan kelompok tani cengkeh yang kemudian beralih menjadi kelompok tani manggis karena pada umumnya anggota kelompok tersebut juga memiliki pohon manggis. Upaya pemberdayaan secara terpadu kelompok tani manggis dilaksanakan di Desa Karacak, Kecamatan Leuwiliang antara lembaga penelitian IPB

(Pusat Kajian Buah Tropika) dan dunia usaha nasional maupun asing.

Melalui pembinaan yang kontinyu diharapkan tercipta wadah kelembagaan sebagai wahana untuk meningkatkan daya saing, produktivitas yang akhirnya dapat meningkatkan posisi tawar hasil produksi kelompok tani.

Peran dan upaya yang telah dilakukan oleh pihak Lembaga Penelitian Pusat Kajian Buah-buahan Tropika (PKBT-IPB) dalam membantu dan memberdayakan kelompok tani Karya Mekar adalah dengan membina kelompok tani untuk mendukung kelancaran kegiatan pengelolaan tanaman manggis, membantu petani dalam membuat proposal kegiatan kelompok, membina petani dalam upaya meningkatkan pendapatan usaha manggis serta membina kelembagaan dalam kaitannya dengan pembangunan masyarakat.

### II.3. Digital Marketing

#### 1. Pengertian dan Karakteristik Digital Marketing

*Digital marketing* adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. E-Marketing atau *Digital marketing* diartikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran serta upaya pengembangan atau penyesuaian konsep pemasaran itu sendiri, dapat berkomunikasi dalam cakupan global, dan mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan pelanggan.

*Digital marketing* merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing).

E-Marketing merupakan suatu proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet. Peran strategi digital marketing dapat menjadi hal yang penting dalam mengikuti

perkembangan teknologi digital dan mengembangkan rencana untuk menarik konsumen dan mengarahkannya pada perpaduan antara komunikasi elektronik dan komunikasi tradisional (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Ali Hasan (2013) mendeskripsikan bahwa pemasaran digital mempunyai sejumlah karakteristik sebagai berikut:

1. Upaya meningkatkan interaktivitas bisnis dengan pelanggan yang bergantung pada teknologi.
2. Sebuah dialog elektronik (teknologi interaktif) untuk memberikan akses informasi kepada pelanggan (komunitas, individu), dan sebaliknya.
3. Upaya melakukan semua kegiatan bisnis melalui internet untuk tujuan penelitian, analisis dan perencanaan untuk menemukan, menarik, dan mempertahankan pelanggan.
4. Upaya meningkatkan akselerasi jual beli barang dan jasa (tertentu), informasi dan ide melalui internet.

## 2. Keuntungan Menggunakan Digital Marketing

Secara umum keuntungan menggunakan *digital marketing* dalam pemasaran produk adalah :

1. Mampu menghubungkan produsen dengan konsumen melalui internet.
2. Menghasilkan tingkat penjualan yang lebih tinggi karena semakin sempit nya batasan jarak dan waktu.
3. Biaya *digital marketing* jauh lebih hemat daripada biaya iklan di media lain (misalnya cetak, televisi, atau radio).
4. *Digital Marketing* juga membuat penjual bisa memberikan pelayanan *real time* kepada pelanggannya.
5. Menghubungkan penjual/pengusaha dengan pelanggan nya melalui perangkat mobile dimanapun dan kapan pun.

6. Menghasilkan keuntungan lebih besar dari pada biaya iklan/promosi yang telah di keluarkan.
7. Membantu menstabilkan posisi sebuah brand/merk dimata konsumen dari merk/brand lain sebagai pesaing nya.
8. Membantu para pengusaha mikro untuk mampu bersaing dengan perusahaan makro.
9. Mempersiapkan para pengusaha mikro atau pemula terhadap *era internet of things* dimana semua hal atau apapun yang di inginkan bisa di peroleh melalui internet.
10. Memberikan kesempatan yang lebih luas kepada pengusaha untuk melakukan *branding* terhadap produk nya sehingga di kenal dan mendapatkan tempat tersendiri di hati masyarakat, sehingga masyarakat tidak mudah beralih ke produk lain (Utami, 2020) .

## III. Metode Pengabdian Masyarakat

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian adalah metode penyuluhan dengan beberapa materi yaitu motivasi dalam berwirausaha, perencanaan usaha hingga pengemasan dan pebelan, tata cara perizinan sertifikasi halal MUI, disertai pengenalan manajemen bisnis syariah, strategi pemasaran produk, di akhiri dengan diskusi dan tanya jawab antara masyarakat Kampung Cengal dengan pemateri.

Penyuluhan ini di laksanakan di halaman masjid kampung cengal Rt 01 Rw 05 Desa Karacak Kecamatan Leuwiliang yang di laksanakan pada hari Selasa, 22 September 2020.

Objek Pengabdian ini adalah Kelompok Tani Karya Mekar dan Masyarakat Kampung Cengal pelaku UMKM . pelaku UMKM merupakan satu objek dari peraturan pemerintah Nomor 23 Tahun 2018.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan beberapa pendekatan yang sesuai

dengan kondisi kalayak sasaran. Karena peserta kegiatan ini merupakan orang-orang atau masyarakat yang sudah dewasa dan waktu pelaksanaan kegiatan yang terbatas baik bagi peserta maupun pelaksana program pengabdian, maka pendekatan yang dilakukan adalah:

1. Presentasi Pemateri mengenai pemasaran produk melalui digital marketing
2. Diskusi berfokus mengenai materi yang di sampaikan oleh pemateri.
3. Tanya jawab untuk masyarakat atau kelompok tani yang belum mengerti atau ingin menanyakan sesuatu hal kepada pemateri.

#### IV. Hasil dan Pembahasan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini memberikan materi tentang motivasi dalam berwirausaha, perencanaan usaha hingga pentingnya pengemasan dan pelebelan pada produk yang akan di pasarkan, strategi pemasaran produk, serta disertai pengenalan manajemen bisnis syariah, dan diberikan contoh-contoh dari kemasan produk yang lebih menarik pada peserta penyuluhan. Pelaksanaan pengabdian ini di lakukan dalam bentuk penyuluhan, diskusi, tanya jawab, dan penyelesaian kasus yang di alami oleh masyarakat Kampung Cengal. Penyuluhan ini di harapkan memberikan manfaat serta bekal pada masyarakat Kampung Cengal dalam melanjutkan usahanya, dan dapat memasarkan produknya ke tingkat yang lebih luas lagi dan di kenal banyak masyarakat luas.

Untuk mengetahui pencapaian tujuan dalam kegiatan penyuluhan ini di lakukan evaluasi, metode evaluasi yang di lakukan adalah dengan mengamati dari awal di mulai nya penyuluhan hingga akhir dilaksanakannya penyuluhan, dimana dilihat peserta atau masyarakat yang sangat antusias dan berdiskusi aktif untuk mengetahui dan memahami dari materi-materi yang di paparkan oleh pemateri .

diharapkan agar kegiatan ini dapat berlanjut di laksanakan, karena masyarakat sangat merasa terbantu dari segi pengetahuan baru yang di dapatkannya.

#### V. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat khususnya pada para pelaku UMKM yang berada di Desa Kampung Cengal, kesimpulannya bahwa:

1. Masyarakat Kampung Cengal sebagian besar belum menerapkan pemasaran produk secara *online*., Mereka perlu menggunakannya untuk pemasaran produk yang lebih potensial.
2. Masyarakat Kampung Cengal memerlukan sosialisasi dan pengenalan manajemen bisnis syariah agar ke depannya masyarakat lebih beralih ke *digital marketing*.

Oleh karena itu, maka:

1. Pemerintah harus melakukan strategi melalui kegiatan pelatihan atau *workshop*, kegiatan Bimtek *Digital Marketing* disertai pengenalan manajemen bisnis syariah kepada para petani desa-desa.
2. Masyarakat atau petani sebaiknya segera meningkatkan kemampuannya mengenai manajemen bisnis syariah, dan bersiap menggunakan serta beralih ke media pemasaran *digital marketing*.



## Daftar Pustaka

- Ariza, A. (2018, Agustus). Peran Pelatihan Kewirausahaan Pada Motivasi Dan Keterampilan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 103-117.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean . *Jurnal Manajemen Dewantara*, 62-76.
- Purnomo, B. R. (2017, februari). Efektivitas Pelatihan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Pengetahuan dan Motivasi Berwirausaha pada Penyandang Tunarungu. *Jurnal Manajemen dan Bisnia*, 21-30.
- Sembiring, S. (n.d.). Penyuluhan Kewirausahaan kepada Generasi Muda dan Pengusaha dalam Rangka Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung . 1-6.
- Utami, D. P. (2020, Oktober). Pengenalan Digital Marketing dalam Pemasaran Produk Pertanian untuk Petani Milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo. 25-32.