Optimalisasi Potensi Wirausaha Wanita Melalui Pemasaran Syariah Berbasis *Digital Content*

Febrian Wahyu Wibowo[1], Bingar Hernowo[2*]
[1]Universitas Alma Ata, [2]Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Madani
Email: febrianwahyu94@gmail.com[1], bingarhernowo@gmail.com[2*]
*Corresponding author: Bingar Hernowo

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi wirausaha wanita di Cepiring, Kendal, melalui penerapan pemasaran syariah berbasis digital content. Pelatihan dilakukan secara daring selama tiga minggu, melibatkan 30 peserta. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep pemasaran syariah dan keterampilan peserta dalam menggunakan media digital untuk promosi. Sebanyak 90% peserta mampu merancang kampanye digital yang efektif, sementara 85% melaporkan peningkatan penjualan. Meskipun terdapat tantangan teknis, seperti akses internet yang tidak merata, kegiatan ini berhasil mencapai tujuannya. Evaluasi menunjukkan keberhasilan program dalam memberdayakan wirausaha wanita, namun diperlukan pelatihan lanjutan dan peningkatan infrastruktur digital untuk keberlanjutan program. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan wirausaha wanita di daerah lain.

Kata Kunci: pemasaran syariah; wirausaha wanita; *digital content*

PENDAHULUAN

Peran wanita dalam perekonomian, terutama sebagai wirausaha, semakin penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, wirausaha wanita memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga dan komunitas. Namun, tantangan yang dihadapi oleh wirausaha wanita, khususnya di daerah pedesaan seperti Cepiring, Kendal, masih cukup besar, terutama dalam hal pemasaran produk. Banyak dari mereka yang masih bergantung pada metode pemasaran tradisional yang kurang efektif di era digital saat ini (Putri, 2023).

Pemasaran berbasis syariah telah menjadi pilihan yang menarik bagi wirausaha di Indonesia, mengingat mayoritas penduduknya beragama Islam. Pemasaran syariah tidak hanya memperhatikan aspek keuntungan, tetapi juga etika dan nilai-nilai yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan memadukan prinsip-prinsip syariah dalam pemasaran, wirausaha wanita dapat membangun kepercayaan yang lebih tinggi dari konsumen muslim (Sulaiman, 2022).

Selain itu, perkembangan teknologi digital membuka peluang baru bagi wirausaha wanita untuk mengoptimalkan pemasaran produk mereka melalui digital content. Penggunaan media sosial, website, dan platform e-commerce dapat menjadi alat yang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas, tanpa terbatas oleh batasan geografis. Namun, banyak wirausaha wanita yang

masih belum memahami bagaimana memanfaatkan teknologi ini secara optimal (Rahayu & Wulandari, 2021).

Oleh karena itu, diperlukan adanya upaya untuk meningkatkan kapasitas wirausaha wanita dalam mengadopsi pemasaran syariah berbasis digital content. Pelatihan dan pendampingan yang tepat dapat membantu mereka memahami konsep ini dan menerapkannya dalam bisnis mereka. Dengan demikian, mereka dapat meningkatkan daya saing produk dan memperluas jangkauan pasar, baik di dalam negeri maupun internasional (Hidayat, 2023).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang pemasaran syariah dan digital content kepada wirausaha wanita di daerah Cepiring, Kendal. Melalui serangkaian pertemuan yang dilaksanakan secara online, peserta diberikan materi dan praktik langsung tentang bagaimana mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam pemasaran digital. Selain itu, mereka juga diajarkan strategi membuat konten yang menarik dan relevan untuk konsumen (Rahman, 2023).

Pendekatan online dipilih dalam kegiatan ini untuk mengatasi keterbatasan akses dan mobilitas yang sering menjadi kendala bagi wirausaha di daerah pedesaan. Dengan metode ini, diharapkan partisipasi peserta dapat lebih luas dan fleksibel, tanpa terganggu oleh jarak dan waktu. Kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi model bagi upaya serupa di daerah lain (Sari, 2022).

Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan wirausaha wanita di Cepiring, Kendal. Dengan pengetahuan dan keterampilan baru, mereka diharapkan mampu meningkatkan pendapatan, memperluas pasar, dan berkontribusi lebih besar pada perekonomian lokal. Selain itu, keberhasilan dalam mengimplementasikan pemasaran syariah berbasis digital juga dapat menjadi inspirasi bagi wirausaha wanita di daerah lain untuk mengikuti jejak yang sama (Aulia, 2023).

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan metode daring, yang dirancang untuk memudahkan akses dan partisipasi wirausaha wanita di daerah Cepiring, Kendal. Metode ini dipilih karena keterbatasan waktu dan mobilitas peserta yang sebagian besar sibuk dengan aktivitas sehari-hari sebagai pelaku usaha. Pelatihan ini terdiri dari beberapa sesi yang diselenggarakan selama tiga minggu, dengan frekuensi dua kali pertemuan setiap minggunya. Setiap sesi berlangsung selama dua jam, meliputi penyampaian materi, diskusi, dan praktik langsung.

Pelatihan dimulai dengan tahap persiapan yang melibatkan identifikasi kebutuhan peserta melalui survei awal. Survei ini dilakukan untuk memahami tingkat pengetahuan dan keterampilan awal peserta dalam bidang pemasaran syariah dan digital content. Berdasarkan hasil survei tersebut, materi pelatihan disusun secara terstruktur untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya bagi para peserta. Materi pelatihan mencakup prinsip-prinsip dasar pemasaran syariah, teknik pembuatan konten digital, dan strategi pemasaran melalui media sosial dan platform e-commerce.

Metode penyampaian materi dilakukan secara interaktif menggunakan platform video conference. Setiap sesi dimulai dengan paparan materi oleh narasumber yang memiliki keahlian di bidang pemasaran syariah dan digital content. Narasumber juga menggunakan studi kasus yang relevan untuk memberikan gambaran nyata tentang penerapan konsep-konsep yang dibahas. Setelah pemaparan materi, peserta diberi kesempatan untuk berdiskusi dan mengajukan pertanyaan. Diskusi ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman dan mengatasi kendala yang mungkin dihadapi oleh peserta dalam penerapan materi.

Tahap selanjutnya adalah praktik langsung, di mana peserta diberikan tugas untuk membuat konten digital yang sesuai dengan prinsip pemasaran syariah. Tugas ini dilakukan secara mandiri oleh peserta dengan bimbingan dari narasumber dan fasilitator melalui grup diskusi online. Peserta diminta untuk mempresentasikan hasil tugas mereka pada sesi berikutnya untuk mendapatkan masukan dan saran perbaikan. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam bisnis mereka.

Selain itu, peserta juga diberikan akses ke materi tambahan yang disediakan dalam bentuk modul dan video tutorial yang dapat diakses kapan saja. Materi tambahan ini dirancang untuk mendukung pembelajaran mandiri dan membantu peserta memperdalam pengetahuan mereka di luar sesi pelatihan. Peserta juga diberikan panduan teknis tentang penggunaan alat-alat digital yang digunakan dalam pemasaran, seperti aplikasi desain grafis dan platform media sosial.

Evaluasi terhadap keberhasilan kegiatan dilakukan melalui dua tahap. Pertama, evaluasi formatif dilakukan selama pelatihan untuk memantau pemahaman peserta dan menyesuaikan metode pengajaran jika diperlukan. Kedua, evaluasi sumatif dilakukan pada akhir pelatihan untuk menilai peningkatan keterampilan dan pengetahuan peserta, serta dampaknya terhadap kegiatan usaha mereka. Evaluasi ini dilakukan melalui kuesioner dan wawancara yang mendalam dengan peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk optimalisasi potensi wirausaha wanita melalui pemasaran syariah berbasis digital content di daerah Cepiring, Kendal, telah berhasil dilaksanakan dan mendapat tanggapan positif dari para peserta. Dari total 30 wirausaha wanita yang mengikuti program ini, sebanyak 28 peserta berhasil menyelesaikan seluruh rangkaian pelatihan. Secara umum, peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman terhadap konsep pemasaran syariah serta keterampilan teknis dalam membuat konten digital.

Salah satu hasil yang menonjol adalah kemampuan peserta dalam menerapkan nilai-nilai syariah ke dalam strategi pemasaran mereka. Sebelum pelatihan, hanya sekitar 25% peserta yang memiliki pengetahuan dasar tentang pemasaran syariah, namun setelah pelatihan, persentase ini meningkat menjadi 85%. Peserta juga menunjukkan kemampuan dalam memproduksi konten digital yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti iklan produk yang menekankan aspek kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam harga. Misalnya, seorang peserta berhasil menciptakan kampanye digital untuk produk kerajinan tangan yang mengedepankan nilai-nilai kehalalan dan keadilan dalam proses produksi.

Dari sisi penggunaan teknologi digital, pelatihan ini juga berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya menggunakan media sosial untuk promosi secara sederhana tanpa strategi yang jelas. Namun, setelah mengikuti pelatihan, 90% peserta berhasil merancang dan meluncurkan kampanye pemasaran digital yang lebih terstruktur dan efektif. Salah satu peserta berhasil meningkatkan penjualan produk makanan olahan sebesar 35% dalam waktu satu bulan setelah menerapkan strategi pemasaran yang diajarkan.

Evaluasi dan Pembahasan

Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui evaluasi formatif dan sumatif. Evaluasi formatif dilakukan selama proses pelatihan untuk memantau perkembangan peserta dan mengidentifikasi hambatan yang dihadapi. Hasil evaluasi formatif menunjukkan bahwa beberapa peserta mengalami kesulitan dalam menghubungkan teori pemasaran syariah

dengan praktik sehari-hari. Untuk mengatasi hal ini, materi pelatihan ditingkatkan dengan menambahkan lebih banyak contoh konkret dan studi kasus yang relevan.

Evaluasi sumatif dilakukan setelah kegiatan pelatihan selesai, menggunakan kuesioner dan wawancara untuk mengukur dampak pelatihan terhadap pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan dalam bidang pemasaran syariah dan penggunaan teknologi digital. Sebanyak 93% peserta merasa lebih percaya diri dalam menerapkan pendekatan pemasaran baru dalam bisnis mereka, dan 85% di antaranya melaporkan peningkatan penjualan serta interaksi dengan pelanggan di media social.

Namun, terdapat beberapa tantangan selama pelaksanaan kegiatan, terutama terkait dengan akses internet yang tidak merata di daerah Cepiring. Beberapa peserta mengalami kesulitan teknis, seperti koneksi internet yang tidak stabil, yang mengganggu partisipasi mereka dalam sesi daring. Untuk mengatasi masalah ini, rekaman sesi pelatihan dan materi pendukung disediakan agar peserta yang mengalami kendala dapat tetap mengikuti pelatihan (Azizah, 2022).

Dari hasil evaluasi, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan kapasitas wirausaha wanita di Cepiring, Kendal. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh, peserta diharapkan dapat terus mengembangkan bisnis mereka dengan menerapkan pemasaran syariah berbasis digital content. Namun, untuk keberlanjutan program ini, perlu adanya dukungan tambahan, seperti peningkatan infrastruktur digital dan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam (Rahman, 2023).

PENUTUP

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada optimalisasi potensi wirausaha wanita melalui pemasaran syariah berbasis digital content di Cepiring, Kendal, telah berhasil memberikan dampak positif bagi para peserta. Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan wirausaha wanita dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam strategi pemasaran digital mereka. Para peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kemampuan mereka menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan produk secara lebih efektif dan efisien, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dan keterlibatan

pelanggan. Meskipun terdapat tantangan seperti kendala akses internet, keseluruhan program dapat dikatakan berhasil dalam mencapai tujuannya.

Saran

Untuk memastikan keberlanjutan dan dampak jangka panjang dari program ini, disarankan agar kegiatan serupa dilakukan secara berkala dengan dukungan tambahan dalam bentuk peningkatan akses terhadap infrastruktur digital, terutama di daerah-daerah pedesaan. Selain itu, pelatihan lanjutan yang lebih mendalam tentang pemasaran digital dan pengembangan bisnis berbasis syariah juga perlu diadakan untuk membantu peserta terus mengembangkan keterampilan mereka. Kolaborasi dengan pemerintah daerah dan lembaga terkait juga sangat diperlukan untuk memperluas jangkauan program ini dan memastikan bahwa lebih banyak wirausaha wanita di daerah lain dapat merasakan manfaatnya.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, N. (2021). Strategi Pemasaran Syariah untuk UKM: Kajian Teoritis dan Praktis. Yogyakarta: UII Press.

Aulia, M. (2023). Peningkatan Daya Saing Wirausaha Wanita Melalui Pelatihan Pemasaran Syariah. Yogyakarta: Penerbit Andi

Azizah, H. (2022). Tantangan dan Solusi dalam Digitalisasi Pemasaran di Wilayah Rural. Jurnal Ekonomi Pembangunan.

Faridah, I., & Sari, L. (2021). Evaluasi Penggunaan Teknologi Digital dalam Pemasaran Syariah untuk UKM. Jakarta: Bina Nusantara Press.

Hidayat, R. (2023). Pemasaran Syariah di Era Digital: Sebuah Tinjauan. Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah.

Mulyadi, T. (2022). Penerapan Pemasaran Syariah di Era Digital. Jurnal Manajemen dan Bisnis.

Nurhayati, E. (2022). Optimizing Digital Content in Halal Marketing: A Case Study. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam.

Putri, A. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Digital Marketing: Studi Kasus di Indonesia. Jurnal Ekonomi & Bisnis.

Rahayu, S., & Wulandari, T. (2021). Digital Marketing untuk UMKM: Potensi dan Tantangan. Surabaya: Penerbit Graha Ilmu.

Rahman, I. (2023). Strategi Pemasaran Syariah dan Digital Content untuk Wirausaha. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat.

Rahman, M. (2023). Pemberdayaan Wirausaha Perempuan Melalui Pemasaran Syariah Berbasis Digital Content. Jurnal Pengabdian Masyarakat.

Sari, N. (2022). Penerapan Digital Content dalam Pemasaran Produk UMKM di Pedesaan. Jurnal Komunikasi dan Informatika.

Sulaiman, M. (2022). Pemasaran Syariah: Teori dan Implementasi. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

Yusuf, A. (2022). Pemasaran Syariah di Indonesia: Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

Zahra, R., & Fadilah, A. (2023). Digital Marketing for SMEs: Opportunities and Challenges. Bandung: ITB Press.