

**PEMBERDAYAAN PELAKU UMKM MELALUI TRANSFORMASI DIGITAL DAN  
EDUKASI ETIKA BISNIS ISLAM DI KELURAHAN KENALI BESAR  
KECAMATAN ALAM BARAJO KOTA JAMBI**

El Munawwarah<sup>1</sup>, Muhammad Andriyansyah<sup>2</sup>, Alfi Rochmi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Batang Hari, Indonesia

Email: [Elmunawwarahara@gmail.com](mailto:Elmunawwarahara@gmail.com)

---

Diterima: 05-01-2026 Direvisi : 05-02-2026 Disetujui : 05-03-2026 Diterbitkan : 05-04-2026

---

## **ABSTRACT**

*The development of information technology requires Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to undergo digital transformation to maintain competitiveness amidst globalization. However, MSME partners in Kenali Besar Village, Alam Barajo District, Jambi City, still face low digital literacy and a lack of understanding regarding the implementation of Islamic business ethics in online transactions. Many entrepreneurs lack skills in managing creative promotional content and hesitate to define the boundaries between persuasive marketing and practices containing ambiguity (gharar). This Community Service (PKM) program aimed to accelerate digital marketing capabilities among MSME actors while ensuring that their business practices align with Sharia principles, such as honesty (shiddiq), transparency (tabligh), and trustworthiness (amanah). The implementation method consisted of three stages: 1) observation and needs analysis, 2) interactive training on creative digital content creation and education on online Islamic business ethics, and 3) continuous mentoring and evaluation through pre-test and post-test. The results demonstrated a significant 45% increase in partners' digital literacy and higher awareness of maintaining product information transparency on digital platforms. Through integrating technical digital marketing aspects with Islamic moral values, MSMEs in Kenali Besar are expected to not only optimize social media algorithms to increase sales turnover but also build long-term, credible, and trustworthy business reputations that bring blessings (barakah).*

**Keywords:** Digital Marketing, Islamic Business Ethics, Kenali Besar, Sharia, MSMEs.

## **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk bertransformasi ke arah digital guna menjaga daya saing di tengah arus globalisasi. Namun, mitra pengabdian di Kelurahan Kenali Besar, Kecamatan Alam Barajo, Kota Jambi, masih menghadapi kendala rendahnya literasi digital serta minimnya pemahaman mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi online. Banyak pelaku usaha yang belum terampil mengelola konten visual promosi dan kerap ragu dalam menentukan batasan antara

strategi pemasaran persuasif dengan praktik transaksi yang mengandung unsur ketidakjelasan (*gharar*). Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk mengakselerasi kemampuan pemasaran digital pelaku UMKM sekaligus memastikan praktik bisnis yang dijalankan selaras dengan prinsip syariah seperti kejujuran (*shiddiq*), transparansi (*tabligh*), dan amanah. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi tiga tahapan: 1) observasi dan analisis kebutuhan, 2) pelatihan interaktif pembuatan konten kreatif digital serta edukasi etika bisnis Islam dalam berniaga secara online, dan 3) pendampingan berkelanjutan serta evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test*. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman literasi digital mitra sebesar 45% serta kesadaran yang lebih tinggi dalam menerapkan transparansi informasi produk pada platform pemasaran. Melalui integrasi aspek teknis digital marketing dan nilai moralitas Islam ini, para pelaku UMKM di Kelurahan Kenali Besar diharapkan tidak hanya mampu mengoptimalkan penggunaan algoritma media sosial untuk meningkatkan omzet penjualan, tetapi juga mampu membangun reputasi bisnis jangka panjang yang kredibel, tepercaya, serta membawa keberkahan (*barakah*).

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Etika Bisnis Islam, Kenali Besar, Syariah, UMKM.

## 1. PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial sebagai pilar stabilitas ekonomi nasional, terutama dalam penyediaan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan masyarakat (Sari et al., 2023). Namun, memasuki era revolusi industri 4.0, tantangan yang dihadapi UMKM semakin kompleks, khususnya terkait adaptasi teknologi informasi. Digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan, melainkan keharusan bagi UMKM untuk bertahan di tengah persaingan pasar yang kian kompetitif. Di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi khususnya Kelurahan Kenali Besar, potensi produk lokal sangat besar, namun jangkauan pasarnya masih terbatas karena ketergantungan pada metode pemasaran konvensional.

Rendahnya literasi pemasaran digital menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM di Kelurahan Kenali Besar. Banyak pelaku usaha yang belum optimal memanfaatkan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana promosi. Di sisi lain, fenomena perdagangan digital seringkali mengabaikan aspek moralitas dan kejujuran demi mencapai keuntungan semata. Dalam perspektif Ekonomi Syariah, pemasaran digital tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi harus berlandaskan pada etika bisnis Islam (Mustafa, 2022). Praktik manipulasi informasi, deskripsi produk yang tidak sesuai (*gharar*), hingga persaingan tidak sehat merupakan tantangan moral dalam ekosistem digital saat ini.

Penerapan prinsip-prinsip syariah seperti *shiddiq* (jujur), *amanah* (terpercaya), *tabligh* (transparan), dan *fathanah* (cerdas/profesional) menjadi kunci untuk membangun kepercayaan konsumen di dunia maya (Fauzi & Rahmawati, 2021). Kepercayaan (*trust*) adalah aset paling berharga dalam transaksi online yang tidak mempertemukan penjual dan pembeli secara fisik. Oleh karena itu, diperlukan upaya akselerasi literasi melalui pendampingan yang intensif agar pelaku UMKM di Kelurahan Kenali Besar tidak hanya mahir secara teknis, tetapi juga memiliki integritas moral yang kuat.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan pemasaran digital yang terintegrasi dengan nilai-nilai etika bisnis Islam. Melalui program ini, diharapkan pelaku UMKM di Kelurahan Kenali Besar mampu melakukan transformasi digital secara menyeluruh, meningkatkan volume penjualan, dan mewujudkan keberkahan usaha melalui praktik bisnis yang jujur dan transparan (Hidayat & Azizah, 2023).

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD), yang menitikberatkan pada pemanfaatan aset dan potensi yang telah dimiliki oleh pelaku UMKM di Kelurahan Kenali Besar untuk dikembangkan lebih optimal (Darmadji, 2022). Lokasi pengabdian dipusatkan di Aula Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo, dengan melibatkan mitra sasaran para pelaku UMKM dari berbagai sektor produk. Secara sistematis, metode pelaksanaan dibagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi (Hidayat & Azizah, 2023).

Pada tahap persiapan, tim melakukan observasi lapangan dan wawancara mendalam untuk memetakan masalah utama yang dihadapi mitra. Hasil observasi menunjukkan adanya kesenjangan keterampilan digital dan pemahaman etika bisnis. Berdasarkan data tersebut, tim menyusun materi pelatihan yang mengintegrasikan aspek teknis pemakaian media sosial dengan prinsip-prinsip syariah dalam berniaga (Putra et al., 2021).

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui metode workshop dan pendampingan intensif (*coaching*). Materi pertama berfokus pada urgensi literasi digital dan implementasi etika bisnis Islam, seperti larangan melakukan *tadlis* (penipuan) dalam deskripsi produk dan pentingnya *shiddiq* dalam promosi (Fauzi & Rahmawati, 2021). Materi kedua bersifat teknis, di mana peserta diajarkan cara pembuatan konten visual menggunakan aplikasi desain sederhana, pengelolaan akun bisnis di media sosial, dan teknik optimasi kata kunci pada *marketplace*. Pendampingan dilakukan secara *door-to-door* maupun melalui grup diskusi digital untuk memastikan peserta dapat mempraktikkan materi secara mandiri.

Tahap terakhir adalah evaluasi dan monitoring. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan literasi peserta. Selain itu, tim memantau perkembangan akun bisnis peserta selama satu bulan setelah pelatihan untuk melihat efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Keberhasilan program diukur berdasarkan kemampuan mitra dalam mengunggah konten pemasaran yang informatif, jujur, dan menarik sesuai dengan kaidah etika bisnis Islam (Mustafa, 2022).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian di Kelurahan Kenali Besar berhasil mengakselerasi pemahaman pelaku UMKM mengenai integrasi teknologi dan moralitas bisnis. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa 70% pelaku usaha hanya menggunakan media sosial untuk keperluan pribadi dan belum memahami konsep kejujuran informasi produk secara digital. Setelah dilakukan pendampingan, terjadi peningkatan signifikan pada literasi pemasaran digital peserta. Hal ini sejalan dengan

temuan Sari et al. (2023) bahwa pendampingan teknis yang berkelanjutan mampu mengikis hambatan psikologis pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi baru.

Dalam aspek teknis, peserta kini mampu mengelola profil bisnis di platform seperti WhatsApp Business dan Instagram secara profesional. Pembahasan mengenai pembuatan konten visual menekankan pada prinsip *tabligh* (transparansi), di mana peserta diarahkan untuk menampilkan foto produk asli tanpa editan yang manipulatif guna menghindari unsur *gharar* atau ketidakpastian bagi konsumen (Fauzi & Rahmawati, 2021). Para peserta mulai memahami bahwa dalam ekonomi syariah, daya tarik visual tidak boleh mengorbankan kebenaran informasi produk. Praktik ini merupakan implementasi nyata dari nilai *shiddiq* dalam pemasaran digital yang bertujuan membangun loyalitas pelanggan melalui kepercayaan (Mustafa, 2022). Etika interaksi di ruang digital menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kelurahan Kenali Besar mulai menerapkan komunikasi yang santun dan responsif. Penggunaan bahasa yang jujur dalam promosi terbukti memberikan ketenangan batin bagi penjual dan kepuasan bagi pembeli. Sejalan dengan teori keberkahan dalam ekonomi Islam, keuntungan yang diperoleh dari transaksi yang transparan jauh lebih bernilai daripada profit besar hasil manipulasi iklan (Hidayat & Azizah, 2023).

Efektivitas kegiatan ini juga terlihat dari hasil *post-test* yang menunjukkan kenaikan skor rata-rata literasi digital sebesar 45%. Pelaku UMKM tidak hanya mahir secara teknis dalam mengunggah konten, tetapi juga memiliki paradigma baru bahwa digitalisasi adalah sarana dakwah ekonomi melalui praktik bisnis yang amanah. Sinergi antara keterampilan digital dan kepatuhan pada etika syariah ini menciptakan keunggulan kompetitif bagi UMKM lokal di Kelurahan Kenali Besar untuk menembus pasar yang lebih luas (Putra et al., 2021).

Implementasi kegiatan pengabdian di Kelurahan Kenali Besar dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang memadukan penguatan aspek kognitif dan keterampilan praktis. Pada tahap awal, tim melakukan sosialisasi mengenai paradigma pemasaran dalam Islam, di mana digitalisasi dipandang bukan hanya sebagai alat pencari keuntungan, melainkan sebagai sarana untuk memperluas kemaslahatan (*maslahah*). Pembahasan ditekankan pada pentingnya menjauhi praktik *tadlis* atau penyembunyian cacat barang dalam transaksi online, yang seringkali menjadi godaan terbesar bagi pelaku usaha saat tidak bertatap muka langsung dengan pembeli. Dalam sesi pelatihan teknis, para pelaku UMKM dibimbing untuk melakukan *rebranding* produk mereka melalui fotografi produk yang estetik namun tetap jujur. Implementasi ini mencerminkan prinsip *shiddiq*, di mana visualisasi produk di media sosial harus merepresentasikan kondisi riil barang tanpa manipulasi berlebihan. Pembahasan dalam forum diskusi mengungkapkan bahwa banyak pelaku UMKM sebelumnya merasa ragu untuk beralih ke digital karena khawatir akan persaingan harga yang tidak sehat.

Tim pengabdian memberikan solusi melalui strategi *value-based marketing* yang berlandaskan pada etika bisnis Islam, yaitu menonjolkan nilai kejujuran dan pelayanan prima sebagai nilai jual utama. Selanjutnya, implementasi penggunaan fitur *copywriting* syariah diterapkan dalam pembuatan deskripsi produk. Peserta diajarkan untuk mencantumkan spesifikasi barang secara detail guna menghindari *gharar* (ketidakpastian). Hasilnya, peserta mampu menciptakan narasi promosi yang persuasif namun tetap memegang teguh prinsip *tabligh* (transparansi). Peningkatan literasi digital ini tidak hanya terlihat dari kecakapan teknis

mengoperasikan aplikasi, tetapi juga dari perubahan perilaku dalam merespons calon konsumen dengan bahasa yang santun .

Analisis akhir menunjukkan bahwa akselerasi literasi digital berbasis etika bisnis Islam di Kelurahan Kenali Besar telah menciptakan fondasi ekonomi yang lebih kokoh. sinergi antara teknologi dan etika ini memungkinkan UMKM untuk memiliki daya saing yang berkelanjutan, karena kepercayaan konsumen yang dibangun di atas nilai-nilai syariah cenderung lebih stabil dan jangka panjang.



PKM 25 MEI 2026 KELURAHAN KENALI BESAR KECAMATAN ALAMA BARAJO

#### 4. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Kenali Besar, Kecamatan Alam Barajo, telah berhasil mencapai tujuannya dalam mengakselerasi literasi pemasaran digital yang terintegrasi dengan nilai-nilai etika bisnis Islam. Melalui rangkaian sosialisasi, pelatihan teknis, dan pendampingan intensif, terjadi transformasi signifikan pada pola pikir dan keterampilan para pelaku UMKM. Peserta tidak hanya menunjukkan peningkatan kemahiran dalam menggunakan platform digital seperti media sosial dan *marketplace* sebagai sarana promosi, tetapi juga memiliki kesadaran moral yang lebih kuat untuk menerapkan prinsip *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* dalam setiap transaksi digital yang mereka lakukan.

Implementasi etika bisnis Islam dalam pemasaran digital terbukti menjadi fondasi penting dalam membangun kepercayaan konsumen di dunia maya. Dengan menyajikan informasi produk

secara jujur, transparan, dan menghindari unsur manipulasi, para pelaku UMKM di Kelurahan Kenali Besar kini memiliki modal sosial yang kuat untuk bersaing di pasar yang lebih luas tanpa mengorbankan integritas syariah. Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model bagi digitalisasi ekonomi masyarakat berbasis nilai-nilai lokal dan agama. Untuk keberlanjutan dampak, diperlukan adanya monitoring berkala serta dukungan jejaring komunitas UMKM digital di tingkat kecamatan guna memastikan pertumbuhan ekonomi yang inklusif, mandiri, dan penuh keberkahan bagi masyarakat Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi.

## **5. SARAN**

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian di Kelurahan Kenali Besar, terdapat beberapa poin saran yang perlu diperhatikan demi keberlanjutan dampak positif bagi para pelaku UMKM diharapkan dapat konsisten dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam, terutama dalam menjaga kejujuran deskripsi produk dan responsivitas layanan, karena reputasi digital dibangun atas dasar kepercayaan konsumen yang berkelanjutan. UMKM juga disarankan untuk mulai membentuk komunitas atau paguyuban digital lokal sebagai wadah diskusi dan saling berbagi informasi mengenai tren pasar terkini di Kelurahan Kenali Besar kecamatan Alam Barajo Kota Jambi.

Pemerintah Kelurahan dan Kecamatan Alam Barajo perlu adanya fasilitasi berkelanjutan berupa penyediaan infrastruktur pendukung, seperti akses internet publik yang stabil atau pelatihan rutin bekerja sama dengan instansi terkait. Peran pemerintah daerah sangat krusial dalam memberikan perlindungan bagi produk lokal, misalnya melalui kemudahan akses legalitas usaha dan sertifikasi halal guna memperkuat daya saing produk yang dipasarkan secara digital.

Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, pengabdian ini dapat dikembangkan dengan jangkauan materi yang lebih luas, seperti pendampingan manajemen keuangan syariah berbasis aplikasi atau optimalisasi penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam desain pemasaran yang tetap mematuhi batasan syar'i. Pendampingan jangka panjang (multi-tahun) sangat direkomendasikan untuk melihat sejauh mana efektivitas literasi digital ini mampu meningkatkan omzet secara signifikan dan menciptakan kemandirian ekonomi masyarakat yang berlandaskan keberkahan.

## **6. UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar hingga tahap penyusunan jurnal ilmiah. Penulis menyadari bahwa keberhasilan program "Akselerasi Literasi Pemasaran Digital Berbasis Etika Bisnis Islam" ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan kerja sama dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara moril maupun materiil.

Pertama-tama Tim menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Batang Hari yang telah memberikan dukungan pendanaan serta arahan administratif sehingga kegiatan ini dapat berjalan sesuai dengan standar akademik yang ditetapkan. Tanpa dukungan kelembagaan yang kuat, upaya transformasi digital bagi UMKM di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi ini tentu akan sulit direalisasikan.

Terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada Pemerintah Kecamatan Alam Barajo dan Pemerintah Kelurahan Kenali Besar beserta jajarannya. Dukungan dari Bapak Lurah beserta staf dalam memfasilitasi tempat, perizinan, serta membantu mobilisasi peserta sangatlah krusial bagi kelancaran kegiatan di lapangan. Keramahtamahan dan keterbukaan pihak kelurahan menjadi energi tambahan bagi tim pelaksana untuk memberikan pendampingan yang maksimal.

Secara khusus, penulis ingin menyampaikan rasa bangga dan terima kasih kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Kenali Besar yang menjadi mitra utama dalam kegiatan ini. Semangat belajar, antusiasme dalam mengikuti setiap sesi pelatihan, serta keterbukaan dalam mengadopsi nilai-nilai etika bisnis Islam menjadi kunci utama keberhasilan program ini. Semoga ilmu yang didapatkan dapat menjadi wasilah bagi peningkatan kesejahteraan dan keberkahan usaha Bapak/Ibu sekalian.

Terakhir, terima kasih kepada rekan-rekan tim pengabdian dan para mahasiswa yang telah bekerja keras, mulai dari tahap observasi, pelaksanaan teknis, hingga evaluasi kegiatan. Kolaborasi tim yang solid telah membuktikan bahwa sinergi antara akademisi dan masyarakat dapat menciptakan solusi nyata bagi permasalahan ekonomi lokal. Semoga amal ibadah dan dedikasi semua pihak mendapatkan balasan yang melimpah dari Allah SWT.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M. N. R. (2020). *Etika bisnis Islam: Membangun reputasi dan loyalitas konsumen di pasar digital*. Jakarta: Rajawali Pers
- Anwar, S., & Sholikhah, M. (2021). *E-commerce berbasis syariah: Solusi pemasaran di tengah tantangan globalisasi ekonomi umat*. Jurnal Kajian Ekonomi Islam, 6(1), 55–68.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tebo. (2024). *Kecamatan Tebo Tengah dalam Angka 2024*.
- Darmadji, A. (2022). *Metode Pendampingan Masyarakat Berbasis Aset*. Jakarta: Pustaka Mandiri.
- Fadlan, M. (2019). *Konsep kejujuran (shiddiq) dan keterbukaan (tabligh) dalam transaksi jual beli online perspektif hukum ekonomi syariah*. Jurnal Hukum Islam dan Muamalah, 7(2), 112–126.
- Fauzi, M., & Rahmawati, E. (2021). *Etika Bisnis Islam di Era Digital*. Jurnal Ekonomi Syariah Nasional.
- Hidayat, R., & Azizah, N. (2023). *Strategi Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Lokal*. Jurnal Pengabdian Masyarakat.
- Kurnia, N., & Astuti, S. I. (2021). *Peta gerakan literasi digital di Indonesia: Studi kasus pendampingan pada sektor UMKM*. Yogyakarta: Samarata Publishing.
- Mustafa, A. (2022). *Pemasaran Syariah: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit Literasi.
- Ningsih, S., & Harahap, I. (2023). *Analisis penerapan strategi pemasaran digital dan pemanfaatan media sosial bagi akselerasi bisnis UMKM lokal*. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 11(3), 289–302.
- Putra, A. S., et al. (2021). *Transformasi Digital UMKM di Indonesia*. Jurnal Inovasi Ekonomi.
- Pradana, M. (2020). *Pengaruh kepercayaan (trust) dan kemudahan penggunaan media sosial terhadap keputusan pembelian secara online*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, 5(2), 181–192.
- Rahman, A., & Wardani, D. K. (2022). *Metode pendampingan masyarakat berbasis aset (Asset-Based Community Development) untuk kemandirian ekonomi pedesaan*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani, 6(1), 74–89.
- Sari, D. P., et al. (2023). *Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia pasca Pandemi*. Jurnal Ekonomi Terapan..
- Sari, W. A., & Handayani, T. (2022). *Edukasi pencegahan tadhlis (penipuan) dan gharar (ketidakpastian) pada transaksi e-commerce bagi pedagang kecil*. Jurnal Pengabdian Sosial dan Humaniora, 3(1), 45–56.
- Zulkifli, M., & Huda, N. (2021). *Pemasaran syariah di era digital: Teori, aplikasi, dan peluang pasar masa depan*. Depok: Kencana.