

**Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah
Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat
Kajian Hukum Ekonomi Syariah
(Studi di Desa Wanajaya Kecamatan Wanaraja Kabupaten Garut)**

Bung Hijaj Sulthonuddin¹, Rizki Fauzan Candrasya²

STAI Al Musaddadiyah Garut

bung.hijaj@stai-musaddadiyah.ac.id

rizki.fauzan.2012@stai-musaddadiyah.ac.id

DOI: 10.37968/jhesy.v3i1.697

Abstrak

Analisis mengenai pasar, pelanggan dan produk merupakan suatu hal yang sangat penting dalam dunia usaha. Analisis strategi meliputi "Segitiga Strategi", yaitu: Pelanggan, Pesaing dan Perusahaan. Kebanyakan perusahaan/unit usaha melakukan kegiatan produksi dan operasinya hanya sampai berkonsentrasi pada pembuatan produk saja, termasuk perusahaan berskala kecil hingga menengah. Perusahaan seharusnya juga memperhatikan strategi usaha guna mempertahankan mengembangkan usaha yang sudah ada, agar tetap dapat bersaing. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu : Bagaimana Perencanaan Strategi UMKM Masyarakat di Desa Wanajaya Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat ? serta Bagaimana Strategi Pemasaran UMKM Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kajian Hukum Ekonomi Syariah di Desa Wanajaya ? sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keadaan UMKM yang berada di Desa Wanajaya Kecamatan Wanaraja Kabupaten Garut. Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kualitatif dengan melakukan pendekatan dengan teknik wawancara, kepustakaan dan dokumentasi. Dari data tersebut dianalisis melalui tahap reduksi data, penyajian data, kemudian penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa UMKM dalam perencanaannya memahami produk sehingga terbebas dari unsur haram namun terkendala oleh masalah modal dan juga pemanfaatan teknologi namun dari segi pendapatan masyarakat tentu saja masyarakat sangatlah terbantu dengan adanya UMKM tersebut.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Pendapatan Masyarakat, Hukum Ekonomi Syariah

Abstract

Analysis of markets, customers and products is very important in the business world. Strategy analysis includes the "Strategy Triangle", namely: Customers, Competitors and Companies. Most companies/business units carry out production and operational activities only to concentrate on making products, including small to medium scale companies. Companies should also pay attention to business strategies to maintain the development of existing businesses, so that they can remain competitive. The formulation of the problem in this research is: How is the Community MSME Strategy Planning in Wanajaya Village to Improve the Community's Economy? and What is the Marketing Strategy for UMKM to Increase Community *Income*? Study of Sharia Economic Law in Wanajaya Village? So this research aims to determine the condition of UMKM in Wanajaya Village, Wanaraja District, Garut Regency. This research is included in the type of qualitative research by approaching it using interview techniques, literature and documentation. The data was analyzed through the stages of data reduction, data presentation, then drawing conclusions. Based on the results of this research, UMKM in their planning understand the product so that it is free from haram elements but are constrained by capital problems and also the use of technology, but in terms of people's *income*, of course the community is greatly helped by the existence of these *UMKM*.

Keywords: *Marketing Strategis, Community Income, Sharia Economic Law.*

1 Pendahuluan

Peranan UMKM sangat besar, memberikan penjabaran bahwa UMKM harus dapat ditingkatkan lebih baik lagi. UMKM akan mampu bertahan dan bersaing dengan *E-commerce* apabila mampu menerapkan pengelolaan manajemen secara baik. Pengelolaan manajemen secara umum mencakup bidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM), dan keuangan. Konsep dan perancangan tertentu di tingkat strategi merupakan faktor kunci keberhasilan. Industri UMKM di tanah air saat ini menghadapi situasi yang demikian sulit di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Persaingan pun telah menjadi kian ketat seiring dengan derasnya arus perdagangan bebas yang secara otomatis membuat kompetisi datang dari segala penjuru baik domestik, regional, maupun global. (Wibowo et al., 2015) Ada beberapa permasalahan yang terjadi pada UMKM, mulai masalah ide, administrasi, pemasaran hingga keuangan. Permasalahan administrasi dan pemasaran masih menjadi kendala utama dalam mengembangkan bisnis karena pengetahuan terkait hal tersebut masih relatif rendah. (Fourqoniah, F., Hetami, A. A., Hera, Handayani, T., 2021) Di zaman yang serba modern ini, perkembangan dunia industri dan usaha semakin maju dengan pesat. Hal itu menyebabkan para pemilik usaha harus bersaing dengan persaingan yang ketat. (Muhtarom, A., Syairozi, M. ., & Yonita, 2022) Salah satu permasalahan yang membuat daya saing UMKM masih rendah adalah terbatasnya kemampuan para pelaku usaha dalam melakukan pemasaran. (Jatmiko, 2022) Pemasaran dan

distribusi perlu mendapat perhatian serius oleh UMKM. Terutama didalam proses pendistribusian barang harus benar-benar matang, sehingga pendistribusian barang akan menjadi efektif. Apalagi kondisi persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, kemampuan untuk merebut pangsa pasar akan mempengaruhi kelangsungan hidup UMKM itu sendiri. Pemasaran perlu mendapat perhatian serius oleh UMKM khususnya yang berada di Desa Wanajaya Kecamatan Wanaraja Kabupaten Garut. Terutama didalam proses penetapan strategi pemasaran harus benar-benar matang, sehingga strategi pemasaran yang dipilih akan mampu menembus pasar. Apalagi kondisi persaingan yang semakin ketat seperti saat ini, kemampuan untuk merebut pangsa pasar akan mempengaruhi kelangsungan hidup UMKM itu sendiri. Keadaan ini tidak terkecuali akan dihadapi oleh UMKM yang berada Di Desa Wanajaya Kecamatan Wanaraja Kabupaten Garut . Suatu manajerial yang terdapat di dalamnya sangat membutuhkan perumusan strategi pemasaran yang tepat sebagai prioritas utama untuk menghadapi persaingan pada sebagai upaya mengembangkan pasar.

Dalam pengembangan strategi pemasaran UMKM ada banyak sekali aspek yang perlu di perhatikan agar tujuan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat dapat tercapai selain strategi pemasaran kita juga perlu strategi perencanaan untuk mengembangkan UMKM yang sedang kita jalankan agar mampu bersaing pada era sekarang. Dapat di uraikan yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana Perencanaan Strategi UMKM Masyarakat di Desa Wanajaya Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat ? kemudian Bagaimana Strategi Pemasaran UMKM Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kajian Hukum Ekonomi Syariah di Desa Wanajaya ? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk Mengetahui Perencanaan Strategi UMKM di Desa Wanajaya Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Desa Wanajaya. Untuk Mengetahui Strategi Pemasaran UMKM Menurut Kajian Hukum Ekonomi Syariah Masyarakat Di Desa Wanajaya.

2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian riset yang memiliki sifat deskripsi, lebih cenderung menggunakan analisis dan menonjolkan makna (Fitria, 2022). Penelitian kualitatif sering disebut juga dengan metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*), disebut juga sebagai metode etnograf karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, dan juga disebut sebagai metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Sugiyono, 2019). Penelitian ini bersifat alamiah yang akan mendeskripsikan data serta fakta dalam berbagai temuan di lapangan sehingga menghasilkan yang terarah, konkret, dan bertujuan untuk kemaslahatan bersama.

3 Hasil Penelitian dan Pembahasan

3.1 Hasil Penelitian

Deskripsi Hasil Wawancara dengan Pelaku UMKM

Deskripsi strategi pemasaran UMKM, Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang dilakukan dengan memberikan kuesioner, Dapat diketahui bahwa semua UMKM di Desa Wanajaya Kecamatan Wanaraja Kabupaten Garut memahami produk yang di jual dan produk yang di tawarkan sesuai dengan prinsip syariah. Ini berarti tidak ada unsur riba, gharar, dan maysir. Jadi para pelaku UMKM paham betul terhadap barang atau jasa yang mereka sediakan, untuk penggunaan teknologi UMKM yang berada di Desa Wanajaya hanya sebagian saja yang mempromosikan UMKM nya di *platform digital*.(Hasil Wawancara Kuesioner Terhadap Pelaku Usaha UMKM Di Desa Wanajaya, n.d.)

Deskripsi strategi perencanaan UMKM, Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang dilakukan dengan memberikan kuesioner, Dapat diketahui bahwa UMKM yang berada di Desa Wanajaya kurang dalam perencanaan memulai usaha hanya beberapa saja yang memiliki perencanaan dalam mengembangkan usaha UMKM tersebut rata-rata UMKM di Desa Wanajaya hanya terpaku pada Modal dan Operasional di mana mereka hanya menentukan modal yang di butuhkan untuk memulai usaha dan operasional pun hanya menentukan tempat untuk usaha tanpa memikirkan pertimbangan aspek seperti manajemen persediaan, produksi, pengiriman, dan layanan pelanggan.(Hasil Wawancara Kuesioner Terhadap Pelaku Usaha UMKM Di Desa Wanajaya, n.d.)

Deskripsi pendapatan masyarakat dari UMKM, Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang dilakukan dengan memberikan kuesioner, Dapat diketahui bahwa Pendapatan masyarakat dari UMKM dapat bervariasi tergantung pada beberapa faktor, seperti jenis usaha, skala operasional, lokasi geografis, dan kondisi pasar. Beberapa UMKM dapat menghasilkan pendapatan yang cukup signifikan, sementara yang lain mungkin menghasilkan pendapatan yang lebih rendah. UMKM dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat karena mereka sering kali menjadi sumber penghasilan bagi pemilik usaha dan juga memberikan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Dalam beberapa kasus, UMKM bahkan dapat menjadi sumber pendapatan utama bagi keluarga atau individu, Maka dengan adanya UMKM di Desa Wanajaya akan sangat terbantu untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.(Hasil Wawancara Kuesioner Terhadap Pelaku Usaha UMKM Di Desa Wanajaya, n.d.)

Deskripsi Faktor Penghambat Pengembangan UMKM, Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang dilakukan dengan memberikan kuesioner, Dapat diketahui bahwa UMKM di Desa Wanajaya Rata-rata terhambat oleh masalah keterbatasan modal dan Kurangnya akses ke teknologi dan inovasi, salah satu kendala utama yang di hadapi UMKM di Desa Wanajaya adalah keterbatasan modal, sulitnya akses terhadap pembiayaan atau pinjaman yang terjangkau dapat menghambat pengembangan usaha dan investasi dalam peralatan, teknologi, atau pengembangan produk baru.(Hasil Wawancara Kuesioner Terhadap Pelaku Usaha UMKM Di Desa Wanajaya, n.d.)

3.2 Pembahasan

Ekonomi Syari'ah adalah suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka Syari'ah" (Syaripudin, 2018).

Pada prinsipnya Islam telah menghalalkan dan membolehkan kegiatan jual beli. Hal ini dibuktikan dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa [4] : 29)(Terjemahan Qur'an Kemenag RI 2019, n.d.).

Allah SWT juga berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 275:

.....وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.....

"....Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba... " (Qs. Al-Baqarah [2] :275)(Terjemahan Qur'an Kemenag RI 2019, n.d.)

Menurut Tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa Allah Swt melarang hamba-hamba-Nya yang beriman memakan harta sebagian dari mereka atas sebagian yang lain dengan cara yang batil, yakni melalui usaha yang tidak diakui oleh syariat, seperti dengan cara riba dan judi serta cara-cara lainnya yang termasuk ke dalam kategori tersebut dengan menggunakan berbagai macam tipuan dan pengelabuan. Sekalipun pada lahiriahnya cara-cara tersebut memakai cara yang diakui oleh hukum syara', tetapi Allah lebih mengetahui bahwa sesungguhnya para pelakunya hanyalah semata-mata menjalankan riba, tetapi dengan cara hialah (tipu muslihat). Demikianlah yang terjadi pada kebanyakannya.

Hingga Ibnu Jarir mengatakan, telah menceritakan kepadaku Ibnul MuSanna, telah menceritakan kepada kami Abdul Wahhab, telah menceritakan kepada kami Daud, dari Ikrimah, dari Ibnu Abbas sehubungan dengan seorang lelaki yang membeli dari lelaki lain sebuah pakaian. Lalu lelaki pertama mengatakan, "Jika aku suka, maka aku akan mengambilnya, dan jika aku tidak suka, maka akan ku kembalikan berikut dengan satu dirham." Ibnu Abbas mengatakan bahwa hal inilah yang disebutkan oleh Allah Swt. di dalam firman-Nya: Hai orang-orang yang beriman. janganlah kalian saling memakan harta sesama kalian dengan jalan yang batil. (An-Nisa: 29)(Tafsir-Surat-Nisa-Ayat-29-31, n.d.)

Strategi pemasaran UMKM untuk meningkatkan pendaapatan masyarakat yang berada di Desa Wanajaya sangat beragam dari segi teknik pemasaran, pengembangan UMKM, sampai faktor penghambat dalam UMKM tersebut, Berikut analisis dari strategi pemasaran UMKM untuk meningkatkan Masyarakat di Desaa Wanajaya Kecamatan Wanaraja Kabupaten Garut :

Pertama mengenai strategi pemasaran UMKM di Desa Wanajaya semuanya memahami produk yang di jual dan produk yang di tawarkan sesuai dengan prinsip syariah. Ini berarti tidak ada unsur riba, gharar, dan maysir. Jadi para pelaku UMKM paham betul terhadap barang atau jasa yang mereka sediakan, untuk penggunaan teknologi UMKM yang berada di Desa Wanajaya hanya sebagian saja yang mempromosikan UMKM nya di platform digital. Namun tidak cukup sampai di situ ada beberapa hal yang digunakan juga pada

strategi pemasaran UMKM di Desa Wanajaya strategi pemasaran syariah untuk UMKM bisa mencakup beberapa elemen seperti : Pemahaman Produk, Target pasar, Promosi, Harga, Layanan pelanggan, Kemitraan dan jaringan, Penggunaan teknologi. Selain itu dalam islam ada juga rancang bangun ekonomi islam berupa : Nilai-nilai Universal (Ketuhanan, Keadilan, Kenabian, Pemerintahan, Hasil), Prinsip-prinsip Derivatif (*Multitypel Ownership, Freedom to act, Social Justice*), dan Akhlaq (Perilaku Islam dalam perekonomian)

Kedua mengenai perencanaan UMKM yang berada di Desa Wanajaya kurang dalam perencanaan memulai usaha hanya beberapa saja yang memiliki perencanaan dalam mengembangkan usaha UMKM tersebut rata-rata UMKM di Desa Wanajaya hanya terpaku pada Modal dan Operasional di mana mereka hanya menentukan modal yang di butuhkan untuk memulai usaha dan operasional pun hanya menentukan tempat untuk usaha tanpa memikirkan pertimbangan aspek seperti menejemen persediaan, produksi, pengiriman, dan layanan pelanggan.

Dalam perencanaan UMKM para pelaku usaha menerapkan hal-hal berikut dalam usahanya : Penelitian Pasar, Rencana Bisnis, Modal dan Sumber Daya, Strategi Pemasaran, Operasional dan Pengelolaan, Tim dan Keterampilan, Pantau dan Evaluasi, Jaringan dan Kolaborasi.

Ketiga mengenai peningkatan pendapatan masyarakat dari UMKM dapat bervariasi tergantung pada beberapa faktor, seperti jenis usaha, skala operasional, lokasi geografis, dan kondisi pasar. Beberapa UMKM dapat menghasilkan pendapatan yang cukup signifikan, sementara yang lain mungkin menghasilkan pendapatan yang lebih rendah. UMKM dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat karena mereka sering kali menjadi sumber penghasilan bagi pemilik usaha dan juga memberikan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Dalam beberapa kasus, UMKM bahkan dapat menjadi sumber pendapatan utama bagi keluarga atau individu. Maka dengan adanya UMKM di Desa Wanajaya akan sangat terbantu untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Penting bagi pemilik UMKM untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif, mengelola keuangan dengan baik, dan terus memperbarui pengetahuan dan keterampilan mereka agar dapat mengoptimalkan pendapatan mereka. Selain itu, dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan komunitas bisnis juga dapat membantu UMKM dalam meningkatkan pendapatan mereka.

Keempat Faktor Penghambat UMKM di Desa Wanajaya Rata-rata terhambat oleh masalah keterbatasan modal dan Kurangnya akses ke teknologi dan inovasi, salah satu kendala utama yang di hadapi UMKM di Desa Wanajaya adalah keterbatasan modal, sulitnya akses terhadap pembiayaan atau pinjaman yang terjangkau dapat menghambat pengembangan usaha dan investasi dalam peralatan, teknologi, atau pengembangan produk baru. Rasulullah SAW pun memerintahkan umatnya untuk menuntut ilmu :

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : " طلب العلم فريضة على كل مسلم "

"Rasulullah saw. bersabda : "Menuntut ilmu wajib atas setiap muslim"(HR. Ibnu Majah, No. 220., n.d.)

Pencarian ilmu adalah kewajiban bagi setiap Muslim. Dalam konteks belajar mengenai strategi pemasaran, mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang ini akan sangat bermanfaat bagi individu Muslim. Dengan mempelajari pemasaran, kita dapat

memahami bagaimana cara mempromosikan produk atau layanan dengan cara yang baik dan halal, serta memahami prinsip-prinsip etika dalam dunia bisnis. Dengan memiliki pengetahuan ini, kita dapat berkontribusi dalam membangun ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Jadi, belajar mengenai pemasaran dapat menjadi bagian dari pencarian ilmu yang dianjurkan dalam Islam. Dalam kaidah fiqih yang berbunyi :

ما لا يتم الواجب الا به فهو واجب

“Apa pun yang diperlukan atau tidak dapat tercapai kewajibannya kecuali dengan melakukan tindakan tertentu, maka tindakan tersebut juga menjadi kewajiban yang harus dilakukan.”

Ini bisa diartikan sebagai semua elemen atau tindakan yang penting untuk mencapai tujuan pemasaran menjadi suatu kewajiban. Misalnya, pengetahuan tentang target pasar, strategi yang efektif, dan pemahaman tentang produk atau layanan adalah hal-hal yang wajib karena tanpa itu, tujuan pemasaran tidak akan tercapai. Ada beberapa faktor yang seringkali menjadi penghambat dalam pengembangan UMKM, dan berikut adalah beberapa solusi yang mungkin bisa membantu:

Pertama, Kurangnya akses terhadap modal: UMKM seringkali mengalami kesulitan dalam mendapatkan akses ke modal. Solusinya bisa dengan mencari pinjaman dari institusi keuangan yang menawarkan bantuan khusus untuk UMKM, atau melalui program pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM. Kedua, Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan: UMKM seringkali tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam bidang manajemen bisnis, pemasaran, dll. Solusinya bisa dengan mengikuti pelatihan atau kursus yang relevan. Ketiga, Persaingan pasar: Persaingan di pasar bisa menjadi tantangan bagi UMKM. Solusinya adalah dengan mencari niche pasar yang unik dan mengembangkan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan spesifik pasar tersebut. Keempat, Keterbatasan infrastruktur: Infrastruktur yang tidak memadai bisa menjadi penghalang bagi pengembangan UMKM. Solusinya adalah dengan berkolaborasi dengan pemerintah lokal atau organisasi lain untuk memperbaiki infrastruktur. Kelima, Regulasi yang tidak mendukung: Regulasi yang tidak mendukung bisa menjadi penghambat bagi UMKM. Solusinya adalah dengan berpartisipasi dalam dialog dan advokasi kebijakan untuk menciptakan lingkungan yang lebih mendukung bagi UMKM

Berdasarkan hasil Analisa yang dipaparkan bahwa UMKM yang berada di Desa Wanajaya hanya sedikit yang memahami tentang strategi pemasaran hanya UMKM yang profesional yang menerapkan strategi pemasaran kemudian mengenai strategi perencanaan UMKM para pelaku usaha cenderung terpaku pada minimnya Modal usaha sehingga menghambat perkembangan UMKM tersebut namun dari segi sumber daya manusia dengan adanya UMKM yang berada di desa Wanajaya sangatlah terbantu dalam peningkatan pendapatan masyarakatnya di karenakan UMKM tersebut membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

Penulis juga melihat kondisi perkembangan UMKM di Desa Wanajaya sangatlah memungkinkan untuk lebih jauh berkembang sebab pemerintah desa pun sangat mensupport UMKM salah satunya dengan mengadakan festival kuliner di alun-alun Wanajaya setiap malam ahad dengan tujuan meningkatkan Pendapatan UMKM sekaligus membina dan mawadahi UMKM yang berada di Desa Wanajaya.

4 Kesimpulan

Untuk kesimpulan maka dapat di ambil bahwa :

Pertama, perencanaan UMKM yang berada di Desa Wanajaya kurang dalam perencanaan memulai usaha hanya beberapa saja yang memiliki perencanaan dalam mengembangkan usaha UMKM tersebut rata-rata UMKM di Desa Wanajaya hanya terpaku pada Modal dan Operasional di mana mereka hanya menentukan modal yang di butuhkan untuk memulai usaha dan operasional pun hanya menentukan tempat untuk usaha tanpa memikirkan pertimbangan aspek seperti menejemen persediaan, produksi, pengiriman, dan layanan pelanggan. Seharusnya dalam perencanaan UMKM para pelaku usaha menerapkan hal-hal berikut dalam usahanya : Penelitian Pasar, Rencana Bisnis, Modal dan Sumber Daya, Strategi Pemasaran, Operasional dan Pengelolaan, Tim dan Keterampilan, Pantau dan Evaluasi, Jaringan dan Kolaborasi.

Ingatlah bahwa memulai UMKM membutuhkan kerja keras, dedikasi, dan ketekunan. Tetaplah fleksibel dan siap untuk beradaptasi dengan perubahan pasar.

Kedua, mengenai strategi pemasaran UMKM di Desa Wanajaya semuanya memahami produk yang di jual dan produk yang di tawarkan sesuai dengan prinsip syariah. Ini berarti tidak ada unsur riba, gharar, dan maysir. Jadi para pelaku UMKM paham betul terhadap barang atau jasa yang mereka sediakan, untuk penggunaan teknologi UMKM yang berada di Desa Wanajaya hanya sebagian saja yang mempromosikan UMKNya di platform digital. Namun tidak cukup sampai di situ ada beberapa hal yang seharusnya di gunakan juga pada strategi pemasaran UMKM di Desa Wanajaya strategi pemasaran syariah untuk UMKM bisa mencakup beberapa elemen berikut: Pemahaman Produk, Target Pasar, Promosi, Harga, Layanan Pelanggan, Kemitraan dan Jaringan , Penggunaan Teknologi.

Ingatlah bahwa tujuan utama pemasaran syariah adalah untuk menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan dan mempromosikan produk dan layanan yang bermanfaat bagi masyarakat.

UMKM juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat karena mereka sering kali menjadi sumber penghasilan bagi pemilik usaha dan juga memberikan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Dalam beberapa kasus, UMKM bahkan dapat menjadi sumber pendapatan utama bagi keluarga atau individu, Maka dengan adanya UMKM di Desa Wanajaya akan sangat terbantu untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

5. Daftar Pustaka

- fitria, tira nur. (2022). *Menulis Proposal TA & Skripsi dengan menggunakan metode Kualitatif*. 101.
- Fourqoniah, F., Hetami, A. A., Hera, Handayani, T., & S. (2021). *Optimalisasi Usaha Bumdes Mulya Bersama Melalui Peningkatan Kualitas Produk UMKM Desa Mulawarman. PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*.
<https://doi.org/10.30872/plakat.v3i1.5847>
- Hasil Wawancara Kuesioner Terhadap Pelaku Usaha UMKM di Desa Wanajaya*. (n.d.).
- HR. Ibnu Majah, No. 220*. (n.d.).
- Jatmiko, N. S. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *PLAKAT : Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 253. <https://doi.org/10.30872/plakat.v4i2.8955>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. ., & Yonita, H. . (2022). *Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least*. 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2018>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (19th ed.). ALFABETA, CV.
- tafsir-surat-nisa-ayat-29-31*. (n.d.). http://www.ibnukatsironline.com/2015/05/tafsir-surat-nisa-ayat-29-31_2.html diakses pada tanggal 19 januari 2024
- Terjemahan Qur'an Kemenag RI 2019*. (n.d.).
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Djajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66. www.depkop.go.id
- Syaripudin, E. I. (2018). Perspektif Ekonomi Islam Tentang Upah Khataman Al-Qur'an. *Naratas*, 2(1), 1–8.