

## Strategi Penguatan UMKM dan Literasi Keuangan Syariah di Desa Tanjung Gusta melalui Promosi Digital

### *Strengthening Strategies for MSMEs and Sharia Financial Literacy in Tanjung Gusta Village through Digital Promotion*

Nadia Aswana<sup>1\*</sup>, Khasanah Khairiyah<sup>2</sup>, Evicenna Yuris<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

Email: [aswananadia@gmail.com](mailto:aswananadia@gmail.com)<sup>1</sup>, [khasanahkhairiyah15@gmail.com](mailto:khasanahkhairiyah15@gmail.com)<sup>2</sup>, [evicennayusri@umsu.ac.id](mailto:evicennayusri@umsu.ac.id)<sup>3</sup>

Alamat: Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238

Korespondensi penulis: [aswananadia@gmail.com](mailto:aswananadia@gmail.com)\*

#### Article History:

Received: September 13, 2024;

Revised: September 27, 2024;

Accepted: Oktober 12, 2024;

Published: Oktober 14, 2024;

**Keywords:** MSMEs, Sharia Financial Literacy, Digital Promotion.

**Abstract:** This study aims to identify and analyze the strategies for strengthening Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and sharia financial literacy in Tanjung Gusta Village through the implementation of digital promotion. The village has many untapped MSME potentials, with major challenges in market access and sharia financial understanding. Digital promotion and sharia financial literacy training were provided to business owners to enhance their ability to expand market reach and manage finances according to sharia principles. The research method used includes observation, in-depth interviews, and case studies. The results indicate that the implementation of digital promotion through social media significantly increased MSME product visibility, while sharia financial literacy helped business owners improve financial management, reduce consumptive behavior, and avoid financial risks that are not aligned with sharia principles. This strategy is considered effective in strengthening MSMEs and empowering the community in a sustainable manner.

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta literasi keuangan syariah di Desa Tanjung Gusta melalui penerapan promosi digital. Desa ini memiliki banyak potensi UMKM yang belum sepenuhnya berkembang, dengan masalah utama dalam akses pasar dan pemahaman keuangan syariah. Pelatihan promosi digital dan literasi keuangan syariah diberikan kepada pelaku usaha untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam memperluas jangkauan pasar dan mengelola keuangan sesuai prinsip-prinsip syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan promosi digital melalui media sosial secara signifikan meningkatkan visibilitas produk UMKM, sementara literasi keuangan syariah membantu pelaku usaha memahami pengelolaan keuangan yang lebih baik, mengurangi perilaku konsumtif, dan menghindari risiko finansial yang tidak sesuai dengan prinsip syariah. Strategi ini dinilai efektif dalam memperkuat UMKM dan memberdayakan masyarakat secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** UMKM, literasi keuangan syariah, promosi digital

## **1. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi penting yang mendukung perekonomian Indonesia, terutama di daerah pedesaan. Di Desa Tanjung Gusta, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, UMKM memiliki potensi besar untuk berkembang, namun menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas dan rendahnya tingkat literasi keuangan, terutama terkait prinsip-prinsip keuangan Syariah (Pranatasari, 2020). Sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang kurang efektif dalam memperluas jangkauan pasar, sehingga banyak produk lokal yang belum dikenal luas di luar desa (Rohmayanti et al., 2021).

Isu lain yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Tanjung Gusta adalah rendahnya literasi keuangan syariah. Literasi keuangan syariah, yang mencakup pemahaman tentang pengelolaan keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam seperti zakat, akad syariah, dan larangan riba, masih minim di kalangan masyarakat desa. Akibatnya, banyak pelaku usaha kesulitan mengelola keuangan dengan baik, yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha mereka. Mengingat mayoritas penduduk Desa Tanjung Gusta beragama Islam, literasi keuangan syariah menjadi penting untuk membantu pelaku usaha menjalankan bisnis sesuai dengan ajaran agama yang mereka anut (Sujianto et al., 2019).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi kedua masalah tersebut adalah melalui penerapan promosi digital dan pelatihan literasi keuangan syariah. Promosi digital, melalui platform media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp*, menawarkan peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan (Evicenna Yuris, 2022). Penerapan teknologi digital dalam pemasaran produk UMKM diharapkan dapat membantu para pelaku usaha di Tanjung Gusta mengatasi keterbatasan dalam promosi dan memperluas akses ke pasar yang lebih luas. Selain itu, pelatihan literasi keuangan syariah yang terintegrasi dengan penguatan UMKM juga dapat membantu meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang pengelolaan keuangan yang lebih baik dan sesuai dengan nilai-nilai Islam (Rahmawati et al., 2023).

Desa Tanjung Gusta dipilih sebagai subyek pengabdian karena memiliki banyak potensi UMKM yang belum tergarap secara optimal, serta rendahnya pemahaman masyarakat terhadap literasi keuangan syariah. Berdasarkan observasi awal, mayoritas pelaku UMKM di desa ini memiliki pengetahuan yang terbatas tentang strategi pemasaran modern, terutama promosi digital, yang dapat menjadi solusi untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar (Yuris et al., 2019). Selain itu, terdapat kebutuhan yang

mendesak akan peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan pelaku usaha untuk membantu mereka mengelola usaha secara lebih berkelanjutan dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memperkuat UMKM di Desa Tanjung Gusta melalui penerapan strategi promosi digital, sekaligus meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan pelaku usaha (Yuningsih et al., 2022). Dengan demikian, diharapkan terjadi perubahan sosial yang signifikan, yaitu meningkatnya daya saing UMKM dan berkembangnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan syariah. Perubahan ini tidak hanya akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya nilai-nilai keuangan syariah dalam aktivitas bisnis sehari-hari (Oktariani et al., 2022).

Beberapa literatur mendukung pentingnya promosi digital dan literasi keuangan syariah dalam pengembangan UMKM. Menurut Kotler & Keller (2016), strategi promosi digital dapat memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan metode konvensional. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Haryanto (2020) menyatakan bahwa literasi keuangan syariah dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan dan keberlanjutan usaha bagi pelaku UMKM. Selain itu, penelitian oleh Yuliawati (2022) menunjukkan bahwa pelaku usaha yang memahami prinsip-prinsip keuangan syariah memiliki potensi yang lebih besar untuk menjaga keberlanjutan usahanya karena mereka cenderung lebih berhati-hati dalam pengelolaan dana dan investasi (Woran et al., 2016).

## **2. METODE**

### **Subyek Pengabdian**

Subyek pengabdian dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM di Desa Tanjung Gusta, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang. Masyarakat umum dan pemuda desa yang terlibat dalam pelatihan literasi keuangan syariah juga merupakan bagian dari subyek dampingan (Karim et al., 2020).

### **Tempat dan Lokasi Pengabdian**

Lokasi kegiatan pengabdian adalah Desa Tanjung Gusta, di mana program pelatihan dan workshop diadakan di balai desa, dan observasi dilakukan langsung di lokasi usaha UMKM.

Pelaku UMKM dan masyarakat dilibatkan sejak awal melalui observasi dan wawancara untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang mereka hadapi terkait promosi produk dan literasi keuangan. Mereka juga terlibat dalam perencanaan kegiatan, seperti menyusun jadwal pelatihan dan menentukan program yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

### Metode yang Digunakan

- Observasi: Mengamati kondisi UMKM dan pengelolaan keuangan sebelum dan sesudah pelatihan (Budi, 2008).
- Wawancara: Mengumpulkan informasi dari pelaku UMKM tentang pengalaman mereka dalam pemasaran digital dan pengelolaan keuangan syariah.
- Pelatihan dan Workshop
  - Promosi Digital: Pelatihan tentang penggunaan media sosial untuk pemasaran produk UMKM.
  - Literasi Keuangan Syariah: Pelatihan tentang pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- Evaluasi: Dilakukan melalui kuesioner dan wawancara untuk menilai dampak pelatihan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM.



**Gambar 1.** Flowchart Proses Kegiatan

Gambar 1. flowchart proses kegiatan yang menggambarkan tahapan program pengabdian masyarakat di Desa Tanjung Gusta, mulai dari observasi awal hingga evaluasi akhir. Gambar ini menunjukkan alur kegiatan dari setiap tahap, mulai dari observasi, pelatihan promosi digital, pendampingan teknis, hingga evaluasi dan kesimpulan akhir.

### 3. HASIL

Proses pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Tanjung Gusta berhasil mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam hal promosi produk dan pengelolaan keuangan syariah. Proses pendampingan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pelatihan, workshop, serta pendampingan teknis dalam penerapan strategi promosi digital dan literasi keuangan syariah.

#### a) Ragam Kegiatan yang Dilaksanakan

Kegiatan pengabdian masyarakat berfokus pada dua aspek utama promosi digital dan literasi keuangan syariah. Beberapa kegiatan utama yang dilaksanakan meliputi:

- Pelatihan Promosi Digital

Peserta diberikan pelatihan intensif tentang cara membuat konten promosi yang menarik menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp*. Teknik dasar fotografi produk, pembuatan video pendek, serta cara membuat deskripsi produk yang efektif juga diajarkan.

- Workshop Literasi Keuangan Syariah

Workshop ini berfokus pada memberikan pemahaman dasar tentang prinsip keuangan syariah, seperti pengelolaan kas, zakat, penghindaran riba, serta investasi halal. Peserta diajari bagaimana mengelola keuangan usaha secara efektif sesuai prinsip syariah, sehingga mereka dapat menjaga kesinambungan usaha.

- Pendampingan Teknis

Setelah pelatihan, peserta didampingi dalam mengimplementasikan pengetahuan yang telah mereka peroleh. Setiap UMKM didorong untuk menerapkan strategi promosi digital dalam kegiatan sehari-hari, seperti mengunggah konten promosi secara berkala dan menggunakan platform media sosial untuk meningkatkan penjualan.

#### b) Aksi Program untuk Memecahkan Masalah Komunitas

Selama proses pendampingan, beberapa masalah yang dihadapi oleh komunitas UMKM di Desa Tanjung Gusta berhasil diatasi, antara lain:

- Kurangnya Promosi

Sebelumnya, UMKM hanya mengandalkan metode pemasaran tradisional yang memiliki jangkauan terbatas. Melalui program promosi digital, pelaku UMKM

mampu memperluas pasar mereka hingga luar desa. Banyak dari mereka yang mulai mendapatkan pesanan melalui media sosial, terutama dari pembeli yang sebelumnya tidak mereka capai.

- **Rendahnya Literasi Keuangan Syariah**

Sebagian besar pelaku usaha di Desa Tanjung Gusta belum memahami konsep pengelolaan keuangan syariah. Melalui *workshop*, mereka menjadi lebih paham tentang pentingnya memisahkan kas usaha dan pribadi, serta memahami konsep investasi dan pengelolaan risiko yang sesuai dengan prinsip syariah. Ini berdampak langsung pada pengelolaan keuangan yang lebih baik di tingkat individu maupun usaha.

c) **Dinamika Proses Pendampingan**

Proses pendampingan berlangsung dengan baik, meskipun terdapat beberapa tantangan awal, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi di kalangan pelaku UMKM yang lebih tua. Namun, dengan pelatihan berkelanjutan dan penggunaan metode belajar yang mudah dipahami, peserta dapat menyesuaikan diri dengan teknologi promosi digital. Selama pendampingan, muncul dinamika positif, seperti:

- **Munculnya Pemimpin Lokal (*Local Leader*)**

Beberapa pelaku UMKM yang memiliki pengalaman lebih dalam penggunaan teknologi promosi digital mulai berperan sebagai pemimpin lokal yang membantu peserta lainnya. Mereka menjadi sumber informasi dan panduan bagi sesama pelaku UMKM dalam menerapkan strategi promosi digital.

- **Perubahan Pranata Sosial**

Di lingkungan Desa Tanjung Gusta, terbentuk sebuah pranata baru di mana penggunaan media sosial dan strategi pemasaran digital mulai diterima sebagai bagian penting dalam menjalankan bisnis. Sebelumnya, promosi secara digital kurang dimanfaatkan, tetapi sekarang ini menjadi alat utama bagi banyak pelaku UMKM.

- **Perubahan Perilaku dan Kesadaran Baru**

Ada perubahan perilaku yang signifikan di kalangan pelaku UMKM setelah mengikuti pelatihan ini. Sebelumnya, mereka cenderung mengabaikan pentingnya pencatatan keuangan yang baik dan memisahkan kas usaha dari kas pribadi. Namun, setelah pelatihan literasi keuangan syariah, banyak pelaku usaha mulai lebih disiplin dalam mengelola keuangan, mengurangi utang berbunga

tinggi, dan menghindari perilaku konsumtif.

d) Transformasi Sosial dan Ekonomi

Program ini tidak hanya membawa perubahan teknis tetapi juga transformasi sosial di komunitas. Penggunaan promosi digital menciptakan kesadaran baru di kalangan pelaku usaha tentang pentingnya memanfaatkan teknologi untuk perkembangan usaha mereka. Selain itu, literasi keuangan syariah membantu mereka menjadi lebih sadar akan pentingnya pengelolaan keuangan yang lebih bertanggung jawab dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Transformasi ini berdampak langsung pada pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. Beberapa UMKM melaporkan peningkatan pesanan produk mereka setelah menerapkan strategi promosi digital, dan beberapa peserta pelatihan literasi keuangan melaporkan perbaikan dalam pengelolaan keuangan pribadi maupun usaha.

**Tabel 1.** Hasil Evaluasi Kegiatan

No	Aspek Evaluasi	Hasil	Komentar
1	Pemahaman tentang Promosi Digital	Memahami dasar-dasar	Pelaku UMKM masih butuh latihan lanjutan
2	Penerapan Promosi Digital	Sudah menggunakan sosial media	Masih perlu konsistensi dan kreativitas
3	Pemahaman Literasi Keuangan Syariah	Memahami prinsip dasar	Peserta mulai memisahkan kas usaha/pribadi
4	Implementasi Keuangan Syariah	Mulai memisahkan kas	Butuh pendampingan lebih lanjut
5	Pengaruh Promosi terhadap Penjualan	Penjualan meningkat	Terjadi peningkatan dalam penjualan
6	Kepuasan Peserta terhadap Program Pelatihan	Puas dengan pelatihan	Peserta ingin ada pelatihan lanjutan

#### 4. DISKUSI

Pengabdian masyarakat di Desa Tanjung Gusta dengan judul "Strategi Penguatan UMKM dan Literasi Keuangan Syariah melalui Promosi Digital" menghasilkan perubahan signifikan dalam pengembangan UMKM dan pemahaman masyarakat terkait literasi keuangan syariah. Diskusi ini akan membahas dinamika dari temuan lapangan, dikaitkan dengan perspektif teoritis yang mendukung serta literatur yang relevan.

a. Diskusi Hasil Pengabdian Masyarakat

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa penerapan **promosi digital** mampu mengatasi salah satu masalah utama yang dihadapi UMKM di Desa Tanjung Gusta, yaitu keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas. Sebelumnya, sebagian besar UMKM di desa ini hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan penjualan

langsung. Setelah pelatihan promosi digital, pelaku UMKM mulai aktif menggunakan media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApp* untuk memperkenalkan produk mereka, yang terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk. Selain itu, UMKM yang mengikuti pendampingan mengalami peningkatan penjualan setelah menerapkan strategi pemasaran digital secara konsisten.

Hasil pelatihan dalam kegiatan literasi keuangan memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelaku usaha tentang prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang sesuai dengan syariah, seperti pentingnya zakat, penghindaran riba, dan pemisahan antara kas pribadi dan usaha. Sebelum pelatihan, banyak pelaku UMKM yang mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, yang menyebabkan kebingungan dalam pengelolaan modal. Setelah pelatihan, terjadi perubahan perilaku dalam pengelolaan keuangan, di mana peserta mulai lebih teratur dalam mencatat dan mengelola keuangan usahanya dengan lebih transparan dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

b. Diskusi Teoritik yang Relevan dengan Temuan

Temuan ini sejalan dengan beberapa teori yang mendukung dampak positif dari penggunaan promosi digital dalam mengembangkan UMKM. Menurut Kotler dan Keller (2016), promosi digital dapat memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Promosi digital memungkinkan UMKM di desa untuk bersaing di pasar yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk iklan konvensional. Hasil pengabdian ini membuktikan bahwa dengan pelatihan yang tepat, UMKM mampu memanfaatkan teknologi untuk memperkuat pemasaran produk mereka, bahkan dengan keterbatasan modal dan sumber daya.

Selain itu, temuan tentang literasi keuangan syariah juga didukung oleh teori dari Haryanto (2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah memiliki dampak signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Pelaku usaha yang memahami konsep keuangan syariah cenderung lebih hati-hati dalam mengambil keputusan finansial, menghindari utang berbunga tinggi, dan memisahkan modal pribadi dengan modal usaha, sehingga usaha mereka menjadi lebih berkelanjutan. Pelatihan ini berhasil membantu pelaku UMKM memahami prinsip-prinsip keuangan syariah, yang sebelumnya tidak mereka pahami atau terapkan.

c. Transformasi Sosial dan Temuan Teoritis

Selama proses pengabdian, transformasi sosial yang terjadi dapat dijelaskan melalui teori transformasi sosial oleh Giddens (1984), di mana perubahan struktur sosial terjadi ketika individu mulai memanfaatkan agen baru (dalam hal ini teknologi digital) untuk memperbaiki kondisi sosial dan ekonomi mereka. Penerapan promosi digital di Desa Tanjung Gusta tidak hanya memperkuat UMKM secara ekonomi, tetapi juga menciptakan pranata sosial baru, di mana teknologi digital menjadi bagian integral dari aktivitas bisnis sehari-hari. Sebelumnya, teknologi digital tidak dianggap penting oleh pelaku UMKM, namun sekarang sudah menjadi alat utama dalam menjalankan bisnis.

Perubahan perilaku dalam hal pengelolaan keuangan juga memperkuat teori perubahan perilaku oleh Bandura (1986). Melalui pembelajaran dan pelatihan, peserta mulai mengadopsi perilaku baru yang lebih disiplin dalam mengelola keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Perubahan perilaku ini tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga pada komunitas UMKM secara keseluruhan, di mana prinsip-prinsip syariah mulai diterapkan lebih luas dalam praktik bisnis mereka.

d. Referensi dan Literatur yang Mendukung

Beberapa literatur yang mendukung hasil pengabdian ini antara lain:

- **Kotler, P. & Keller, K. (2016)** dalam buku mereka *Marketing Management*, yang menekankan pentingnya promosi digital untuk memperluas pasar UMKM.
- **Haryanto (2020)** dalam penelitiannya tentang literasi keuangan syariah, menyatakan bahwa pelaku usaha yang memahami prinsip syariah lebih siap untuk mengelola risiko dan menjaga keberlangsungan usaha.
- **Giddens, A. (1984)** dalam teori *Structuration*, menyebutkan bahwa perubahan sosial terjadi ketika agen (individu atau kelompok) memanfaatkan teknologi atau sumber daya baru untuk memperbaiki struktur sosial.
- **Bandura, A. (1986)** dalam teori *Social Cognitive Theory*, menjelaskan bagaimana perubahan perilaku terjadi melalui pembelajaran dan pengaruh sosial.

Program penguatan UMKM dan literasi keuangan syariah melalui promosi digital di Desa Tanjung Gusta telah berhasil mencapai hasil yang diharapkan. Penggunaan promosi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM, sementara literasi keuangan syariah membantu pelaku usaha

mengelola keuangan mereka dengan lebih baik. Transformasi sosial yang terjadi memperlihatkan adanya perubahan perilaku dan kesadaran baru di komunitas UMKM desa, yang berpotensi menciptakan pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan usaha secara berkelanjutan.



**Gambar 2.** Pemberian Materi Literasi Keuangan Syariah



**Gambar 3.** Foto Bersama dengan Warga Sekitar

## 5. KESIMPULAN

Pelatihan yang diberikan memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan pelaku usaha. Implementasi strategi promosi digital terbukti mampu secara efektif memperluas jangkauan pasar produk UMKM, yang sebelumnya hanya terbatas pada pemasaran konvensional. Melalui penggunaan media sosial dan teknologi digital, pelaku UMKM tidak hanya meningkatkan visibilitas produk mereka tetapi juga mampu menjangkau pasar yang lebih luas, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi usaha mereka di pasar. Di sisi lain, pelatihan literasi keuangan syariah

memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelaku usaha tentang bagaimana mengelola keuangan secara lebih bijak dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ini termasuk langkah penting seperti memisahkan antara keuangan pribadi dan usaha, serta menghindari riba, yang menjadi aspek krusial dalam pengelolaan bisnis yang beretika dan berkelanjutan.

Program ini tidak hanya berdampak pada peningkatan teknis di bidang pemasaran dan keuangan, tetapi juga menghasilkan perubahan sosial yang signifikan. Transformasi sosial yang terjadi menunjukkan bahwa teknologi digital kini mulai diterima dan dianggap penting oleh pelaku UMKM di Desa Tanjung Gusta. Sebelumnya, banyak pelaku usaha yang tidak memahami potensi besar dari pemasaran digital. Namun, setelah mengikuti pelatihan ini, mereka menunjukkan kesiapan yang lebih besar dalam memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha. Selain itu, pemahaman tentang literasi keuangan syariah tidak hanya mengubah cara mereka mengelola keuangan, tetapi juga membantu membangun sistem ekonomi yang lebih beretika, yang sesuai dengan nilai-nilai agama yang mereka anut. Untuk memastikan bahwa transformasi ini dapat berkelanjutan, diperlukan pendampingan lebih lanjut serta kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah dan pemerintah setempat. Hal ini penting agar pelaku usaha terus mendapatkan dukungan, baik dalam bentuk pelatihan lanjutan maupun akses terhadap modal yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan upaya berkelanjutan ini, UMKM di Desa Tanjung Gusta diharapkan dapat terus berkembang dan berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi lokal, menciptakan ekosistem usaha yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi di masa mendatang.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga program penguatan UMKM dan literasi keuangan syariah di Desa Tanjung Gusta melalui promosi digital dapat terlaksana dengan baik. Kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam mendukung kesuksesan program ini.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Rektor, yang telah memberikan izin dan dukungan penuh untuk melaksanakan program ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Agama Islam yang senantiasa memfasilitasi proses administrasi dan koordinasi selama kegiatan berlangsung.

Tidak lupa kami haturkan apresiasi mendalam kepada Kepala Desa Tanjung Gusta dan seluruh perangkat desa yang telah memberikan dukungan, waktu, dan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan kegiatan pengabdian di desa tersebut. Kerjasama yang baik antara masyarakat dan pelaku UMKM telah menjadi kunci keberhasilan program ini.

Kami juga ingin menyampaikan penghargaan kepada para pelaku UMKM di Desa Tanjung Gusta yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan pelatihan dan pendampingan. Antusiasme, semangat belajar, dan kerja keras mereka telah mendorong keberhasilan program ini dan memberikan dampak positif yang nyata bagi komunitas.

Terakhir, penulis juga ingin menyampaikan kepada para dosen pembimbing lapangan dan seluruh tim pengabdian masyarakat yang telah bekerja keras untuk memastikan setiap tahapan program berjalan dengan lancar. Kontribusi, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak sangatlah berarti dalam mewujudkan kesuksesan program pengabdian ini.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Budi, P. (2008). Pengaruh relationship marketing terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada PT. Astra Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(2), 92–97.
- Evicenna Yuris. (2022). Dampak penggunaan gadget terhadap perkembangan bahasa anak pada anak usia dini. *Journal of Social and Economics Research*, 4(1), 115–121. <https://doi.org/10.54783/jser.v4i1.49>
- Karim, D., Sepang, J. L., & Soepeno, D. (2020). Pengaruh relationship marketing dan suasana kafe terhadap loyalitas pelanggan di Rumah Kopi Billy kawasan Megamas. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1), 136–145.
- Oktariani, O., Nasution, F. Z., P, N. Sary, & Yuris, E. (2022). The relationship of self-efficacy and self-regulated learning on students' main potential in online learning systems. *Journal of Social and Economics Research*, 4(1), 93–99.
- Pranatasari, F. D. (Ed.). (2020). *Panduan penerapan financial technology melalui regulasi, kolaborasi, dan literasi* by Christian Herdinata. In Herdinata, Christian (1st ed., pp. 1–141). Surabaya.
- Rahmawati, I. Y., Purwidiyanti, W., Rahayu, T. S. M., Dwiyantri, R., & Alfalisyanto, A. (2023). Strategi penguatan kinerja UMKM melalui peran optimalisasi financial technology (FINTECH). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Kalam*, 2(2), 157–168. <http://www.jurnalprisanicendekia.com/index.php/kalam/article/view/185>
- Rohmayanti, S. A. A., Samsuri, A., & Fitrianto, A. R. (2021). Analisis literasi keuangan syariah pada pemberdayaan ekonomi UMKM binaan Bank Indonesia Kantor Wilayah Jawa Timur. *Muslim Heritage*, 6(2), 377–403. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v6i2.3131>

- Sujianto, A. E., Zaini, Z., & Rohmah, L. (2019). Pendampingan literasi keuangan syariah penerbit Cahaya Abadi Tulungagung. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(1), 116. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v10i1.3559>
- Woran, N., Tumbel, A., & Rate, P. V. (2016). Pengaruh customer relationship marketing, nilai, keunggulan produk dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah (studi pada Bank Mega Jl. Piere Tendean Mega Mall Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 771–782.
- Yuningsih, Y. Y., Raspati, G., & Riyanto, A. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM. *Mirai Management*, 7(2), 531–540.
- Yuris, E., Darmayanti, N., & Minauli, I. (2019). Hubungan peran ayah dan dukungan sosial teman sebaya dengan determinasi diri pada remaja pecandu narkoba di klinik pemulihan adiksi Medan Plus. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(2), 138–153. <https://doi.org/10.31289/tabularasa.v1i2.268>