

# AdindaMas

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 3 Nomor 2, Januari 2024

DOI: <https://doi.org/10.37726/adindamas.v3i2.356>

## Sosialisasi *Advertising* Dan Pemasaran Digital UMKM Pengrajin Pot Bunga Di Desa Mekargalih Jatiluhur Purwakarta

Kokom Komariah<sup>1</sup>, Rio Kristianto<sup>2</sup>, Jalaludin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta

Jalan Veteran No. 150-152 Ciseureuh Purwakarta Jawa Barat 41118

<sup>1</sup>[18461054@sties-purwakarta.ac.id](mailto:18461054@sties-purwakarta.ac.id)

<sup>2</sup>[19461019@sties-purwakarta.ac.id](mailto:19461019@sties-purwakarta.ac.id)

<sup>3</sup>[jalaludin@sties-purwakarta.ac.id](mailto:jalaludin@sties-purwakarta.ac.id)

### ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara. Terutama dengan kemajuan teknologi yang ada saat ini membuat pelaku UMKM dengan mudah untuk memperkenalkan dan menjual produknya secara luas. Digital marketing merupakan salah satu kunci utama untuk bisa menjalankan kegiatan transaksi secara online, baik menggunakan media sosial maupun *marketplace*. Karena minimnya pengetahuan mengenai digital marketing dan *advertising* membuat pelaku usaha sulit untuk berkembang dan bersaing. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Mekargalih bertujuan agar pelaku UMKM mampu memperluas penjualan produk dan mendorong laju pertumbuhan ekonomi pelaku industri pot bunga agar tidak kehilangan pangsa pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dapat diambil kesimpulan bahwa proses sosialisasi *advertising* dan pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap perkembangan bisnis pengrajin pot bunga. Mulai dari bertambah pengetahuan pelaku usaha tentang pemanfaatan teknologi internet sebagai media pemasaran online, meningkatnya kemampuan dan keterampilan pelaku usaha dalam membangun serta menjalankan pemasaran online dan sampai pengrajin pot bunga mampu memperluas jaringan penjualan produk secara nasional bahkan internasional. Program penunjang kegiatan pengabdian kepada masyarakat pun memberikan

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 3, Nomor 2, Januari 2024

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/adindamas/>

ISSN: 2798-2874 (Media Online) 2798-4702 (Media Cetak)

dampak positif terhadap masyarakat, karena masyarakat merasa terbantu dan memberikan kesadaran akan pentingnya menjaga kebersihan apalagi menjaga kebersihan tempat ibadah seperti mushola, mesjid jami' dan mejlis ta'lim. Selain itu masyarakat pun merasa terbantu dengan adanya program wakaf Al-Quran, karena dengan adanya Al-Quran yang baru dan layak baca mampu meningkatkan minat untuk terus membaca Al-Quran.

**Kata kunci** – Digital Marketing, Advertising, Pengrajin Pot, Pot Bunga, Wakaf Al-Quran.

## ABSTRACT

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in the economic and industrial growth of a country. Especially with the current technological advances, it is easy for MSME players to introduce and sell their products widely. Digital marketing is one of the main keys to being able to carry out online transaction activities, both using social media and marketplaces. Due to the lack of knowledge about digital marketing and advertising, it is difficult for business actors to develop and compete. In community service activities carried out in Mekargalih Village, it aims to enable MSME players to expand product sales and encourage the economic growth rate of flower pot industry players so as not to lose market share. The community service activities that have been carried out can be concluded that the process of socializing advertising and digital marketing has a positive impact on the business development of flower pot craftsmen. Starting from increasing the knowledge of business actors about the use of internet technology as an online marketing medium, increasing the ability and skills of business actors in building and running online marketing and until flower pot craftsmen are able to expand the product sales network nationally and even internationally. The program to support community service activities also has a positive impact on the community, because the community feels helped and provides awareness of the importance of maintaining cleanliness, especially maintaining the cleanliness of places of worship such as prayer rooms, jami' mosques and mejlis ta'lim. In addition, the community also feels helped by the Al-Quran waqf program, because the existence of a new and readable Al-Quran can increase interest in continuing to read the Al-Quran.*

**Keywords** – Digital Marketing, Advertising, Pot Crafts, Flower Pots, Al-Quran Waqf.

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini terlihat dari banyaknya UMKM dan semakin beragam produk yang ditawarkan di pasar oleh pelaku bisnis. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara<sup>1</sup>, terutama dengan kemajuan teknologi yang ada saat ini membuat pelaku UMKM dengan mudah untuk memperkenalkan dan

---

<sup>1</sup> Tona Aurora Lubis and others, "Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Jambi," *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah* 3, no. 3 (2016): 163-174.

menjual produknya secara luas. Namun masih banyak para pelaku UMKM yang belum mengenal lebih jauh mengenai pemasangan iklan dan pemasaran secara meluas baik melalui spanduk maupun menggunakan teknologi digital. Sehingga banyaknya UMKM yang masih mengalami kesulitan dalam proses pemasaran produk.

Digital marketing merupakan salah satu kunci utama untuk bisa menjalankan kegiatan transaksi secara online, baik menggunakan media sosial maupun *marketplace*. Menurut Purwana ES, Rahmi dan Aditya, digital marketing merupakan usaha untuk memperkenalkan sebuah merek dengan menggunakan media digital. Adapun wadah yang digunakan untuk pemasaran daring ini yaitu menggunakan sosial media dan *marketplace*<sup>2</sup>. Pemasaran digital ini dianggap cocok dan mumpuni dalam menyokong perkembangan dari UMKM dimasa pandemi ini, sehingga UMKM bisa terus bersaing dan mampu bertahan. UMKM tetap bisa memproduksi komoditasnya sebebasmungkin, bersamaan dengan pemasaran yang bisa dilakukan tanpa batas.

Industri kreatif diyakini dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan bagi suatu daerah. Industri kreatif berbasis kebudayaan dan kekayaan budaya lokal dinilai perlu untuk dikembangkan<sup>3</sup>. Salah satunya industri kreatif yang berkembang di Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta adalah industri kerajinan pot bunga. Pot bunga merupakan salah satu jenis kerajinan tangan baik yang dikerjakan secara manual maupun modern dengan menggunakan alat tradisional maupun alat cetak<sup>4</sup>. Adapun kerajinan pot bunga yang dihasilkan oleh pengrajin pot bunga di Desa Mekargalih yaitu berbentuk persegi lima, lingkaran dan bentuk tiang. Selain bentuk, motif yang terdapat pada pot bunga bermotif kulit jeruk, polos dan abstrak.

Produk hasil kerajinan kadang mengalami kesulitan dalam menjualnya, mulai dari pemasangan iklan (*advertising*), pemasaran via digital atau online. Karena pengrajin masih minim pengetahuan tentang teknologi, membuat pelaku industri kreatif masih menggunakan cara tradisional dalam pembuatan produk ataupun pemasarannya. Selain kendala dalam hal pembuatan produk dan pemasaran pelaku industri kreatif juga mengalami kendala dalam hal pengiriman barang. Yaitu karena barang bersifat mudah pecah, barang berat dan transportasi yang belum memadai.

Dari permasalahan di atas, maka tim PKM membuat program pengabdian kepada masyarakat tentang sosialisasi *advertising* dan pemasaran digital, program PKM ini bertujuan agar pelaku pengrajin pot bunga mampu memperluas penjualan produk

---

<sup>2</sup> IkhwanAuliaFathahilah EdwinVikriandani, "Sosialisasi Digital Marketing Bagi Umkm Stoenhouse Desa Lebakmuncang Ciwidey" 1 (2021).

<sup>3</sup> Dwi Setyati, "Perbaikan Proses Produksi Dan Kreasi Desain Gerabah Di Desa Kesilir Kecamatan Wuluhan Untuk Mendukung Industri Kreatif Di Kabupaten Jember," *Jurnal Abdimas* 24, no. 1 (2020): 26-32.

<sup>4</sup> Siti Nur Azizah and Muhfiatun Muhfiatun, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft Dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case Di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)," *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama* 17, no. 2 (February 12, 2018): 63, <http://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/aplikasia/article/view/1273>.

yang telah di hasilkan dapat menembus pasar nasional atau bahkan internasional dan untuk mendorong laju pertumbuhan ekonomi pelaku industri pot bunga agar tidak kehilangan pangsa pasar.

## II. METODE

### A. Tempat dan Waktu

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini di laksanakan mulai tanggal 23 Januari 2022 sampai 23 Februari 2022, yang dilaksanakan di Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta.

### B. Ruang Lingkup

Objek yang menjadi sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pelaku UMKM dan pengrajin yang ada di lingkungan Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta.

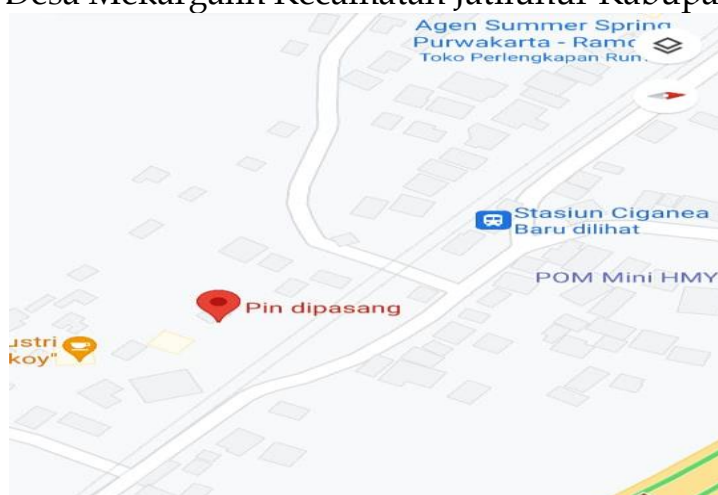
### C. Pendekatan atau Teknik Pengabdian

Tahapan kegiatan yang dilakukan oleh tim PKM dalam program kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta adalah sebagai berikut:

- a. Pembekalan dan penentuan tujuan lokasi program pengabdian masyarakat  
Lokasi program pengabdian kepada masyarakat berlokasi di Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kab. Purwakarta. Berikut gambar lokasi daerah yang diambil dari google map:

Gambar 2.1

Lokasi PKM Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta



- b. Melakukan Survei Lokasi Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat  
Survei lokasi dan kunjungan dilakukan oleh perwakilan tim PKM. Kunjungan ini bertujuan untuk bersilaturahmi dengan perwakilan warga serta melakukan

wawancara dan mencari informasi tentang situasi dan kondisi lingkungan sekitar pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat.

c. Melakukan Analisa Sosial

Sepanjang Analisa sosial dilakukan di Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kab. Purwakarta, analisa sosial dilakukan agar tim PKM mengetahui tentang keadaan geografis, kedaan lingkungan, kondisi sosial dan ekonomi, kegiatan masyarakat serta permasalahan yang di hadapi oleh warga Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta. Sambil melakukan kordinasi lebih lanjut untuk perencanaan program kerja yang akan dilaksanakan.

d. Tahap Pelaksanaan Program Kerja

Pengabdian Masyarakat Tahap pertama, yaitu dengan melakukan kunjungan ke rumah warga untuk mendata pelaku UMKM dan varian produk yang akan dipromosikan. Tahap kedua, melakukan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM mengenai kesulitan penjualan yang di hadapi.

e. Proses Realisasi Program Kerja Pengabdian Masyarakat

Realisasi kegiatan program pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi *advertising* dan pemasaran digital dilakukan dengan sistem *door to door* dan *Focus Discussion Group* dengan cara mengenalkan beberapa teknik pemasaran digital, mulai dari yang paling sederhana yaitu menggunakan *Instant Messaging Marketing*, media sosial, pemasangan pin lokasi pada google maps serta pembuatan banner untuk identitas pengrajin.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Sosialisasi Advertising Dan Pemasaran Digital

Program kerja pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk sosialisasi *advertising* dan pemasaran digital kepada UMKM di Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta, kegiatan ini juga membantu pelaku UMKM dalam mengelola dan memasarkan produk secara digital. Pelaksanaan pendampingan yang di laksanakan di Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta melalui beberapa tahapan.

Tahap pertama, proses sosialisasi *advertising* dan pemasaran digital dilakukan secara *door to door* ke rumah pelaku UMKM pengrajin pot bunga dengan melakukan wawancara mengenai kondisi serta permasalahan yang dihadapi dalam mempromosikan usaha kerajinan pot bunga.

#### Gambar 3.1

Kegiatan Wawancara Bersama Pelaku Usaha Pengrajin Pot Bunga Di Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta

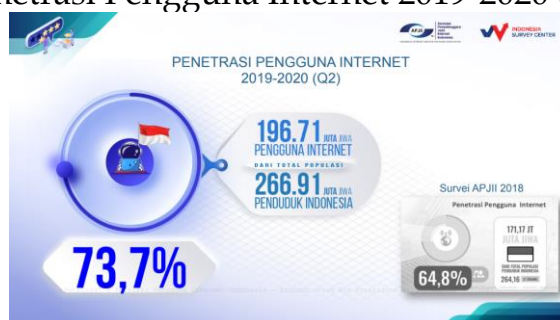


Wawancara dilakukan sebagai teknik pengumpulan data apabila tim PKM ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus dibantu oleh tim PKM dan sebagai bahan untuk mengetahui karakteristik mitra PKM. Dari hasil wawancara didapatkan bahwa pengrajin pot bunga hanya memasarkan produk secara offline dengan cara menawarkan kepada teman yang mempunyai hobi tanaman hias, kemudian pengrajin membuat pot bunga dengan cara tradisional yaitu dengan cara manual dan cetak. Dan untuk keadaan geografis dari hasil survei lokasi Uje Pot belum terdeteksi di google maps sehingga menyulitkan pembeli offline.

Setelah tim PKM mendapatkan informasi, kemudian tim PKM melakukan diskusi hal yang harus di sosialisasikan terhadap pelaku UMKM. Dari diskusi tersebut tim PKM sepakat untuk membuat program sosialisasi tentang *advertising* dan pemasaran digital. Materi yang diberikan meliputi bagaimana pemanfaatan teknologi informasi untuk bisnis UKM, peluang dan tantangan bisnis di internet, keuntungan bisnis di internet, bagaimana strategi berbisnis di internet serta bagaimana pembuatan iklan (*advertising*) yang baik.

Berdasarkan data yang diungkapkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dari jumlah 266,91 juta penduduk Indonesia, sebesar 196,71 juta penduduk Indonesia sebagai pengguna internet naik sebesar 8,9 % dalam penggunaan internet di kuartal tahun 2019-2020 (Q2)<sup>5</sup>.

Gambar 3.2  
Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2)



Sumber : (Indonesia Survey Center 2021)

<sup>5</sup> I Ketut Putu Suardana and Rieka Yulita Widawara, "Penetrasi Jurnalisme Pasraman Di Media Sosial Pada Era Digital," *Maha Widya Duta: Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, dan Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2021): 1-11.

Dari gambar 3.2 dapat dideskripsikan bahwa dengan banyaknya jumlah pengguna internet di Indonesia, seharusnya pelaku UMKM dapat memanfaatkan peluang tersebut sebagai pengembangan ekonomi secara digital. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat untuk produk perangkat lunak, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas<sup>6</sup>. Selain itu, menurut Bido A. Budiman<sup>7</sup> dari [www.ifc.org](http://www.ifc.org), penggunaan internet sebagai media teknologi informasi dalam menunjang UMKM bisa dijabarkan menjadi beberapa poin seperti berikut ini:

1. Komunikasi: Internet digunakan sebagai media komunikasi dengan berbagai pihak. Misalnya disini antara UMKM dengan supplier.
2. Promosi: Internet digunakan sebagai sarana promosi jasa atau produk yang ditawarkan oleh UMKM. UMKM bisa mempromosikan jasanya melalui website juga melalui mailing list.
3. Riset: UMKM dapat memanfaatkan internet untuk riset agar bisa mengetahui seberapa jauh keunggulan produknya dibanding produk sejenis lain yang sudah ada. Fungsi riset disini juga bisa digunakan untuk mencari formula baru/memperkuat mutu dari produk atau jasa serta untuk mengetahui apa yang sedang dikerjakan oleh kompetitor dengan produk yang sejenis.

## **B. Pendampingan Advertising Dan Pemasaran Digital UMKM Pengrajin Pot Bunga**

Setelah pengrajin pot bunga memahami pentingnya pemanfaatan teknologi informasi bagi kelangsungan usahanya, selanjutnya pengrajin akan diberikan materi yang langsung diikuti dengan praktek tentang bagaimana membangun sebuah sistem pemasaran online di internet yang sesuai dengan kaidah-kaidah pemasaran online, serta bagaimana strategi menjalankannya sehingga mampu memperluas jangkauan pasar dan tepat sasaran.

Untuk tahap awal, media pemasaran online yang diberikan dalam pelatihan ini adalah melalui media sosial. Indikator capaian pada tahap ini yaitu meningkatnya pengetahuan pelaku usaha tentang pemanfaatan teknologi internet sebagai media pemasaran online serta meningkatnya kemampuan dan keterampilan pelaku usaha dalam membangun dan menjalankan pemasaran online melalui media sosial yang sesuai dengan kaidah-kaidah pemasaran online.

---

<sup>6</sup> Asril Basry and Essy Malays Sari, "Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)," *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika* 2, no. 3 (2018): 53-60.

<sup>7</sup> Fadhilah Ramadhani and Yaenal Arifin, "Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015," *Economics Development Analysis Journal* 2, no. 2 (2013): 135-139.

Untuk mengoptimalkan hasil dari kegiatan sosialisai ini, maka pada tahap kedua dari kegiatan PKM ini adalah melakukan pendampingan terhadap pelaku UMKM dalam membangun dan menjalankan pemasaran online melalui media sosial yang sudah dimilikinya sesuai dengan apa yang sudah diberikan pada saat sosialisasi<sup>8</sup>. Kegiatan pendampingan dilakukan terhadap pengembangan produk, perbaikan sistem pemasaran. Pendampingan ini juga sebagai upaya untuk mengetahui hasil yang diperoleh, kendala yang dihadapi dan kebutuhan yang harus masih dipenuhi sebagai masukan bagi tindak lanjut pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Maka tim PKM melakukan pendampingan salah satunya dengan melakukan pengembangan produk dan melakukan promosi. Promosi merupakan penyajian penjualan non personal yang dikomunikasikan melalui bentuk media atau non-media untuk mempengaruhi sejumlah besar konsumen. Adapun bentuk-bentuk periklanan antara lain surat kabar, majalah, radio, televisi, radio, internet, surat dan telemarketing<sup>9</sup>. Bentuk periklanan yang terbaru adalah advetorial (iklan cetak dengan isi editorial yang menyerupai isi majalahatau koran), infomercial (misal TV commercial selama 30 menit berisi demonstrasi produk), dan banner (tanda kecil pada halaman iklan Web yang dapat diklik untuk mendapat tawaran utuhnya)<sup>10</sup>.

Promosi Pengrajin Pot bunga dimulai dengan mensosialisasikan keunggulan dan usaha yang digelutinya yaitu dengan berbagai bentuk pot bunga yang dihasilkan. Dimana pengrajin pot bunga memiliki berbagai bentuk hasil pot bunga yang dihasilkan seperti dibawah ini.

Gambar 3.3  
Variasi Pot Bunga Dari Hasil Produksi UMKM Di Desa Mekargalih



<sup>8</sup> Siti Rohmat, Andry Risal, and Nurmala Ina Lestari, "Pendampingan UKM: Sosialisasi Pemasaran Topi Di Desa Karangmukti, Kec. Bungursari Purwakarta," *ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* 1, no. 1 (2021): 88-97.

<sup>9</sup> Sri Astuti, " Analisis Bauran Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru Di FKIP UHAMKA Jakarta," *Jurnal Utilitas* 1, no. 1 (2015): 78-91.

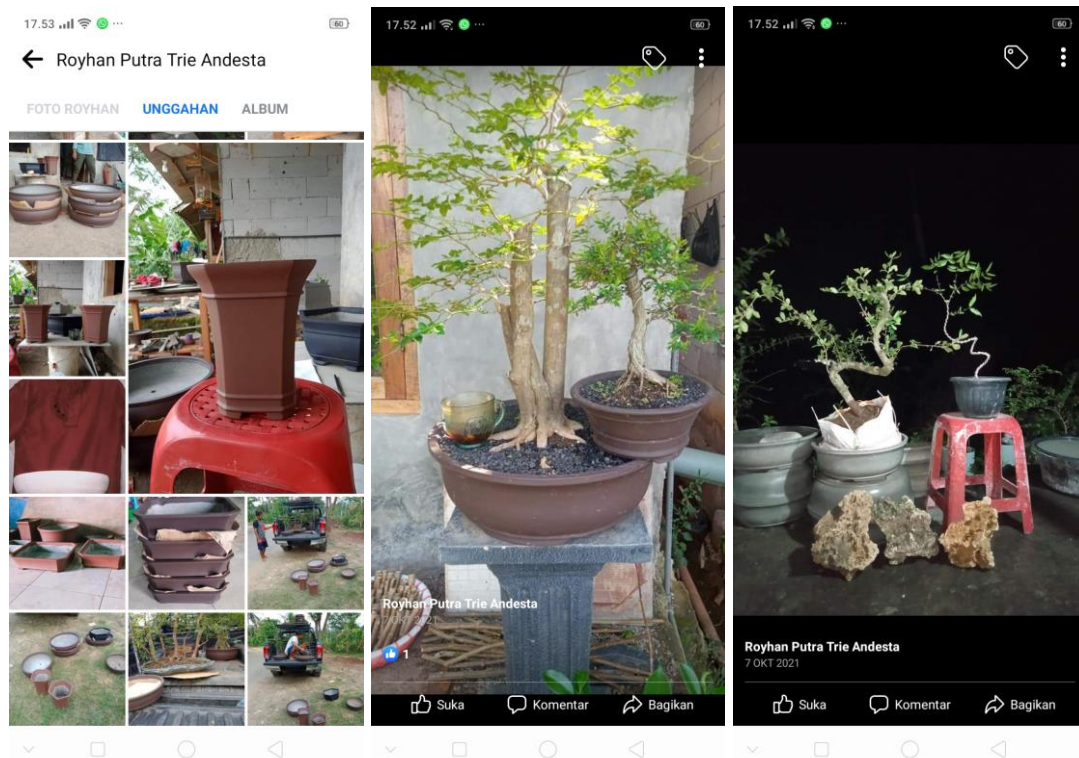
<sup>10</sup> Yoyoh Hereyah, "Iklan Mobil Di Media Cetak Analisis Elemen Copywriting Dan Visualisasi Di Majalah SWA," *Jurnal Visi Komunikasi Volume* 13, no. 02 (2014): 169-184.



Kemudian pengrajin juga melakukan promosi melalui internet marketing (melalui Instant Messaging Marketing seperti "Whatsapp" dan media sosial "Facebook dan Instagram"), membuat banner identitas usaha, serta mengikuti kegiatan komunitas pengrajin dan pecinta tanaman hias di sosial media.

Gambar 3.4

### Pendampingan Pemasaran UMKM Pengrajin Pot Via Media Sosial



Digital marketing mempunyai beberapa manfaat bagi pelaku bisnis, yaitu dapat menghemat biaya promosi. Strategi promosi menggunakan media internet memang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan cara-cara konvensional seperti brosur, baliho, atau membuat iklan di radio dan televisi. Oleh sebab itu yang baru memulai bisnis dan ingin bisnis bisa cepat dikenal banyak orang, sebaiknya pilihlah strategi digital marketing untuk melakukan promosi<sup>11</sup>.

Gambar 3.5

### Pendampingan terhadap pelaku UMKM di desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta

<sup>11</sup> Ashlihah Ashlihah and Mohammad Sifa'Dian Ramadhani, "Pelatihan E-Commerce Anak Muda Melek Digital Marketing Di Desa Tinggar, Kabupaten Jombang," *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2021): 39-43.



Tetapi dalam mengembangkan suatu program periklanan, pemasar perlu memperhatikan motif pembeli dan pasar sasaran. Keputusan periklanan meliputi 5M:

1. *Mission* (apa tujuan iklan),
2. *Money* (berapa banyak uang yang dikeluarkan),
3. *Message* (pesan apa yang seharusnya dikirim),
4. *Media* (media apa yang seharusnya digunakan),
5. *Measurement* (bagaimana hasilnya dievaluasi)<sup>12</sup>.

### C. Program PKM Penunjang

Selain program PKM yang berbasis ekonomi, ada beberapa program penunjang lainnya dalam pengabdian kepada masyarakat diantaranya:

#### 1. Wakaf AL-Qur'an

Wakaf secara harfiah berarti berhenti, menahan atau diam. Lebih dikenal sebagai amal jariyah yang bersifat kekal, sehingga tidak sedikit beranggapan bahwa wakaf hanya sebatas benda tidak bergerak seperti tanah dan bangunan. Badan wakaf Al-Quran menjadi salah satu lembaga yang menerima dan menyalurkan wakaf sekaligus menjadi lembaga yang memperkenalkan wakaf sebagai gaya hidup muslim<sup>13</sup>.

Sebagai salah satu pilar kesejahteraan umat, wakaf mempunyai peran dan fungsi yang signifikan sebagai instrumen pengembangan ekonomi Islam dan sangat berperan dalam upaya mewujudkan perekonomian nasional yang sehat. Dalam jangkauan yang lebih luas, kehadiran wakaf dapat pula dirasakan manfaatnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat di bidang ekonomi, terutama jika wakaf dikelola dengan manajemen yang rapi, teratur

<sup>12</sup> Chairul Anwar and Rinna, "Pengaruh Biaya Iklan Dan Biaya Penjualan Personal Terhadap Nilai Penjualan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 6, no. 1 (2015): 23–37.

<sup>13</sup> Dwi Ayu Amalia, "Strategi Komunikasi Badan Wakaf Al-Quran Dalam Memperkenalkan Wakaf Sebagai Gaya Hidup Muslim" (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020).

dan profesional. Namun, fungsi wakaf sebagai pemberdaya ekonomi masyarakat masih belum optimal. Hal ini mengingat mayoritas harta wakaf selama ini hanya dimanfaatkan untuk pembangunan keagamaan, yaitu masjid dan mushalla. Sedangkan pemanfaatan harta wakaf untuk sarana sosial dan kesejahteraan umat masih kurang mendapat perhatian.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Mekargalih tim PKM berfokus kepada wakaf Al-Qur'an bukan wakaf *maal*. Dimana wakaf Al-Qur'an ini berfokus penyaluran kepada majelis ta'lim dan mushola serta masjid yang membutuhkan yang berada di wilayah Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta.

Gambar 3.6

Penyaluran Wakaf Al-Qur'an Di Majelis Ta'lim dan Mesjid Wilayah Desa Mekargalih



Dari Kegiatan wakaf tersebut di harapkan Al-Qur'an yang diberikan dapat bermanfaat bagi para santri-santri dan masyarakat dalam kegiatan mengaji serta memahami lebih dalam kandungan ayat-ayat Al-Quran dan menanamkan rasa kepedulian terhadap sesama muslim terutama di Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta.

## 2. BBM (Bersih-Bersih Masjid)

Masjid adalah tempat yang paling baik di muka bumi. Masjid adalah rumah Allah swt., tempat yang sangat mulia dan sangat utama untuk kegiatan ibadah umat Islam seperti sholat, berdzikir, bersholawat dan majlis ta'lim. Karena itulah, Allah swt begitu sangat mencintai masjid dan orang-orang yang berjalan menuju masjid untuk beribadah. Dalam Q.S. Al-Taubah ayat 18 Allah swt. berfirman:

إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسْجِدَ اللَّهِ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَلَمْ يَحْشَ إِلَّا اللَّهَ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَنْ يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ

“Sesungguhnya yang memakmurkan masjid-masjid Allah ialah orang-orang yang beriman kepada Allah dan Hari kemudian, serta tetap mendirikan shalat,

menunaikan zakat dan tidak takut (kepada siapapun) selain kepada Allah, maka merekalah orang-orang yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk". (QS. At-Taubah Ayat 18)<sup>14</sup>

Selain itu, dalam hadis disebutkan riwayat al-Tirmidzi dari Abu Sa'id al-Khudry, bahwa Rasulullah saw. bersabda, yang artinya, "Apabila kamu melihat seseorang biasa pergi ke masjid maka saksikanlah ia benar-benar beriman, karena sesungguhnya Allah swt. berfirman; Sesungguhnya hanya yang memakmurkan masjid-masjid Allah ialah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari akhir"<sup>15</sup>.

Untuk menumbuhkan semangat beribadah khususnya shalat berjamaah di masjid, salah satu teknik menarik minat jama'ah adalah ketika ke mesjid tampak bersih, sehingga jama'ah merasa nyaman dan khushyu beribadah dan merasa nyaman berada di dalam masjid. Tim PKM membuat program Beres-beres masjid (BBM) ini diharapkan mempunyai implikasi pada tumbuhnya rasa keinginan untuk selalu menjaga kebersihan dan keindahan masjid, khususnya masjid atau musholla yang dekat pinggir jalan yang rentang debu dan kotor jalanan.

Gambar 3.6

Kegiatan Bersih-Bersih Masjid Al-Maghfiroh Di Desa Mekargalih



Kegiatan bersih-bersih masjid ini di mulai dari menyapu lantai, mengepel lantai, membersihkan halaman masjid, sampai membersihkan kamar mandi dan tempat wudhu yang cukup berkerak. Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan masyarakat dapat berjalan secara rutin.

#### IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan dapat diambil kesimpulan bahwa proses sosialisasi *advertising* dan pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap perkembangan bisnis pengrajin pot bunga. Mulai dari bertambah pengetahuan pelaku usaha tentang pemanfaatan teknologi internet sebagai media pemasaran online, meningkatnya kemampuan dan

<sup>14</sup> Cordova, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Bandung: CV. Syamil Al-Quran, 2012).

<sup>15</sup> Gya Nindya Handini et al., "Situasi Kebahasaan Pada Lanskap Linguistik Di Masjid Tiban Malang/Linguistics Landscape in Masjid Tiban Malang," *Insyirah: Jurnal Ilmu Bahasa Arab dan Studi Islam* 4, no. 2 (2021): 120-133.

keterampilan pelaku usaha dalam membangun serta menjalankan pemasaran online, dan sampai pengrajin pot bunga mampu memperluas jaringan penjualan produk secara nasional bahkan international.

Program penunjang kegiatan pengabdian kepada masyarakat pun memberikan dampak positif terhadap masyarakat, karena masyarakat merasa terbantu dan memberikan kesadaran akan pentingnya menjaga kebersihan apalagi menjaga kebersihan tempat ibadah seperti mushola, mesjid jami' dan mejlis ta'lim. Selain itu masyarakat pun mearasa terbantu dengan adanya program wakaf al-Quran, karena dengan adanya Al-Quran yang baru dan layak baca mampu meningkatkan minat untuk terus membaca Al-Quran.

## V. UCAPAN TERIMAKASIH

Kami selaku Tim PKM mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam kegiatan PKM ini, mulai dari kepala Desa Mekargalih, Pelaku UMKM, dan masyaraat Desa Mekargalih Kecamatan Jatiluhur Kabupaten Purwakarta, serta STIES Indonesia Purwakarta yang telah di laksanakan dari tanggal 23 Januari 2022 sampai 23 Februari 2022.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Dwi Ayu. "Strategi Komunikasi Badan Wakaf Al-Quran Dalam Memperkenalkan Wakaf Sebagai Gaya Hidup Muslim." Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.
- Anwar, Chairul, and Rinna. "Pengaruh Biaya Iklan Dan Biaya Penjualan Personal Terhadap Nilai Penjualan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 6, no. 1 (2015): 23-37.
- Ashlihah, Ashlihah, and Mohammad Sifa'Dian Ramadhani. "Pelatihan E-Commerce Anak Muda Melek Digital Marketing Di Desa Tinggar, Kabupaten Jombang." *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2021): 39-43.
- Astuti, Sri. "Analisis Bauran Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru Di FKIP UHAMKA Jakarta." *Jurnal Utilitas* 1, no. 1 (2015): 78-91.
- Azizah, Siti Nur, and Muhfiatun Muhfiatun. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft Dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case Di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)." *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama* 17, no. 2 (February 12, 2018): 63. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/aplikasia/article/view/1273>.
- Basry, Asril, and Essy Malays Sari. "Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)." *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika* 2, no. 3 (2018): 53-60.
- Cordova. *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Bandung: CV. Syamil Al-Quran, 2012.

- EdwinVikriandani, IkhwanAuliaFathahilah. "Sosialisasi Digital Marketing Bagi Umkm Stoenhouse Desa Lebakmuncang Ciwidey" 1 (2021).
- Handini, Gya Nindya, Halimatun Nashihah, Isna Novidah Al Khumairo, Kamal Yusuf, and others. "Situasi Kebahasaan Pada Lanskap Linguistik Di Masjid Tiban Malang/Linguistics Lanscape in Masjid Tiban Malang." *Insyirah: Jurnal Ilmu Bahasa Arab dan Studi Islam* 4, no. 2 (2021): 120-133.
- Hereyah, Yoyoh. "Iklan Mobil Di Media Cetak Analisis Elemen Copywriting Dan Visualisasi Di Majalah SWA." *Jurnal Visi Komunikasi Volume* 13, no. 02 (2014): 169-184.
- Lubis, Tona Aurora, and others. "Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Jambi." *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah* 3, no. 3 (2016): 163-174.
- Ramadhani, Fadhilah, and Yaenal Arifin. "Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015." *Economics Development Analysis Journal* 2, no. 2 (2013): 135-139.
- Rohmat, Siti, Andry Risal, and Nurmala Ina Lestari. "Pendampingan UKM: Sosialisasi Pemasaran Topi Di Desa Karangmukti, Kec. Bungursari Purwakarta." *ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* 1, no. 1 (2021): 88-97.
- Setyati, Dwi. "Perbaikan Proses Produksi Dan Kreasi Desain Gerabah Di Desa Kesilir Kecamatan Wuluhan Untuk Mendukung Industri Kreatif Di Kabupaten Jember." *Jurnal Abdimas* 24, no. 1 (2020): 26-32.
- Suardana, I Ketut Putu, and Rieka Yulita Widaswara. "Penetrasi Jurnalisme Pasraman Di Media Sosial Pada Era Digital." *Maha Widya Duta: Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, dan Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2021): 1-11.