

Pemanfaatan Teknologi Pemasaran Online Berbasis Syariah Bagi Komunitas Pengajian di Kecamatan Trucuk Klaten

Afuan Fajrian Putra^{1*}, Sita Dewi Kusumaningrum², Hari Setiaji³

¹Program Studi Diploma 3 Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia.

²Program Studi Diploma 3 Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia.

³Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia.

*Corresponding author: afuan.putra@uii.ac.id

Abstrak

Sebuah komunitas pengajian di Kecamatan Trucuk Klaten, Jawa Tengah memiliki beberapa bisnis yang masih melaksanakan transaksi jual beli secara *offline* atau tatap muka di zaman ekonomi internet dan pemasaran digital yang terus berkembang pesat. Situasi Pandemi Covid-19 semakin membuat bisnis komunitas tersebut terhambat karena terbatasnya mobilitas masyarakat. Perkembangan dan kemudahan *e-commerce* saat ini dapat menjadi sebuah solusi. Salah satu platform *e-commerce* yang ditawarkan adalah *marketplace* syariah yang diharapkan dapat mendukung kembalinya gairah bisnis komunitas. Tahapan kegiatan yang dilakukan meliputi tiga tahap, yaitu 1) pengenalan proses bisnis yang sedang berjalan; 2) pembuatan *marketplace* syariah, dan 3) pelatihan dan sosialisasi penggunaan *marketplace* syariah. Saat ini, platform *marketplace* syariah dengan nama Limasmall sudah dapat diakses dan digunakan oleh komunitas untuk kegiatan bisnis maupun sosial/penggalangan dana.

Kata kunci: *e-commerce; marketplace; marketplace syariah; komunitas pengajian*

Abstract

In this rapid growing of internet economy and digital marketing, an Islamic religious community in Trucuk Klaten District, Central Java has several businesses that are still carried-out offline or face-to-face transactions. The situation of the Covid-19 Pandemic has further hampered the community business due to limited mobility of the community. The rapid development of e-commerce today with its all convenience can be one solution. One of the e-commerce platforms offered is a Sharia marketplace that is expected to support the return of the passion of community business. There were three stages of activities carried out, namely 1) the introduction of ongoing business processes; 2) the creation of sharia marketplace, and 3) training and socialization of the use of sharia marketplace. Currently, the Sharia marketplace platform under the name Limasmall is already accessible and used by the community for business and social activities/fundraising.

Keywords: *marketplace; sharia marketplace; Islamic religious community*

Cite this article: Putra, A. F., Kusumaningrum, S. D., Setiaji, H. (2021). Pemanfaatan Teknologi Pemasaran Online Berbasis Syariah Bagi Komunitas Pengajian di Kecamatan Trucuk Klaten. *Rahmatan Lil'alamin Journal of Community Services*, 1 (2).

Pendahuluan

Ekonomi digital atau sering juga disebut ekonomi internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat global. Laporan perkembangan ekonomi internet di Asia Tenggara yang dipublikasikan oleh Google, Temasek, dan Bain & Company (2020), menyebutkan lima sektor kunci dari ekonomi internet, yaitu sektor *e-commerce*, sektor transportasi dan makanan, sektor *online travel*, sektor *online media*, dan sektor *financial services*. Selain itu, terdapat dua sektor baru ekonomi internet lainnya, yaitu HealthTech (bidang kesehatan) dan Edtech (bidang pendidikan) yang telah dipercepat kemunculannya oleh pandemi Covid-19. Menurut laporan tersebut, ekonomi internet juga diprediksikan akan terus tumbuh secara masif di negara-negara Asia Tenggara, yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam yang didukung oleh data survei bahwa lebih dari 90 persen konsumen digital baru akan terus menggunakan layanan digital setelah masa pandemi.

Sektor *e-commerce* merupakan pendorong utama ekonomi internet yang salah satunya disebabkan oleh semakin tingginya minat belanja online di masyarakat (Rumata & Sastrosubroto, 2020). Data Statista (2020) menunjukkan jumlah pengguna *E-commerce* yang semakin meningkat dari tahun 2017 ke tahun 2020, yaitu dari 70,1 miliar ke 138,1 miliar pengguna. Nilai tersebut diprediksikan akan terus meningkat menjadi 221 miliar pengguna di tahun 2025. *E-commerce* dikenal khalayak umum sebagai perdagangan secara online atau penggunaan internet dan website untuk melakukan transaksi bisnis. Model perdagangan yang telah dikenalkan sejak tahun 1995 ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk dapat membandingkan suatu produk/jasa yang akan dibeli/dikonsumsi dari berbagai penjual atau penyedia jasa layanan dalam waktu yang sama tanpa harus mendatanginya secara fisik atau bertatap muka langsung (Khan, 2016).

Marketplace merupakan salah satu bentuk *e-commerce* yang memfasilitasi bertemunya penjual dan pembeli di dunia maya atau secara online. Melalui *marketplace* tersebut, penjual juga dapat melaksanakan pemasaran digital. Beberapa *marketplace* nasional dan internasional yang terkenal adalah Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Shopee, Lazada, Orami, JD ID, dan sebagainya. Banyaknya konsumen muslim di Indonesia akhirnya juga mendorong pertumbuhan *e-commerce* and *marketplace syariah*, di antaranya Tokopedia Salam dan Shopee Barokah (Annur, 2019). *E-commerce* dan *marketplace syariah* ini menghadirkan berbagai fitur produk dan layanan syariah, misalnya hanya menjual produk-produk halal.

Komunitas merupakan salah satu perkumpulan yang sangat berpotensi mendatangkan siklus ekonomi. Tak jarang di dalam komunitas tersebut melakukan gerakan-gerakan ekonomi untuk khalayak ramai. Sebuah komunitas pengajian Limas Indra Group di Kecamatan Trucuk, Klaten, Jawa Tengah memiliki beberapa proyek sosial seperti pembangunan sekolah untuk beberapa jenjang dan pembangunan masjid. Pendanaan proyek tersebut berasal dari pengumpulan hasil keuntungan dari beberapa unit

bisnis anggotanya, misalnya toko sembako, toko bahan bangunan, toko kelontong, toko mebel, dan sebagainya. Uniknya anggota komunitas inilah yang secara aktif melakukan transaksi di unit bisnis komunitas yang ada, hal ini memungkinkan adanya akad yang disepakati oleh unit bisnis dan anggota komunitas untuk menyisihkan keuntungan perdagangan untuk proyek sosial yang sudah direncanakan. Namun adanya pandemi Covid-19 membuat sektor-sektor usaha tersebut menjadi kurang memberi pemasukan, salah satunya dikarenakan proses jual beli yang masih dilakukan secara tradisional, yaitu pembeli dan penjual melakukan transaksi secara tatap muka.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dijelaskan oleh pengurus komunitas pengajian, berkurangnya pemasukan dari unit bisnis memerlukan solusi perdagangan secara digital atau *online*. Namun, para anggota komunitas tersebut masih belum terbiasa dengan perdagangan seperti itu. Ditambah lagi, platform *marketplace* nasional yang ada saat ini, tidak memiliki fitur donasi khusus untuk komunitas tertentu sehingga memang diperlukan sebuah media atau *platform* tersendiri untuk mengatasi permasalahan tersebut. Kegiatan pengabdian bertujuan memfasilitasi komunitas pengajian di Kecamatan Trucuk untuk berniaga dan berdonasi melalui inovasi digital yang berbentuk *marketplace* syariah sehingga dapat melatih kemampuan para anggota komunitas pengajian tersebut dalam memasarkan produk dan jasa yang dimiliki dengan tetap bersedekah walaupun tidak secara tunai. Selain itu, *marketplace* ini diharapkan dapat memfasilitasi terlaksananya pemasaran bisnis secara *online* sesuai prinsip-prinsip syariah yang selama ini menjadi kendala tersendiri bagi komunitas tersebut.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pendampingan dan pengembangan *marketplace* syariah membutuhkan waktu kurang lebih delapan bulan, yaitu dari bulan Maret hingga Oktober 2021. Secara umum, kegiatan ini dibagi dalam tiga tahap seperti dapat dilihat pada Gambar 1, yaitu 1) tahap pengenalan proses bisnis yang sedang berjalan; 2) tahap pembuatan *marketplace* syariah, dan 3) tahap pelatihan dan sosialisasi penggunaan *marketplace* syariah. Tahapan dilakukan secara kombinasi baik daring maupun luring. Aktivitas daring digunakan untuk proses analisis, penggalan proses bisnis, sampai dengan proses pembuatan *marketplace* komunitas. Aktivitas luring dengan penerapan protokol kesehatan dilakukan saat melakukan presentasi *progress* aktivitas dan pelatihan penggunaan *marketplace*. Pelatihan secara luring dilakukan secara bertahap dengan pengaturan sesi waktu tiap operator sehingga dapat mengurangi kerumunan saat proses pelatihan berlangsung



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Pada tahap pertama, yaitu pengenalan proses bisnis yang sedang berjalan, tim mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk menyiapkan fitur-fitur *marketplace* syariah. Tahapan ini dilaksanakan melalui wawancara dan diskusi dengan anggota komunitas pengajian. Tahap kedua adalah pembuatan *marketplace* syariah. Pada tahap ini, tim melaksanakan analisis dan pemrograman perangkat lunak yang dibantu oleh seorang *programmer*. Tahap terakhir adalah pelatihan dan sosialisasi penggunaan *marketplace* syariah. Pada tahap ini, tim melaksanakan sosialisasi untuk mengenalkan isi dan fungsi dari fitur-fitur pada *marketplace* syariah kepada anggota komunitas sekaligus memberikan pelatihan untuk menjadikan *marketplace* syariah sebagai media jual beli online.

Pembahasan

Investigasi awal yang dilakukan oleh tim menemukan tiga permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra sebagaimana disajikan dalam Tabel 1. Ketiga permasalahan yang ada berkaitan erat satu dengan lainnya sehingga semua permasalahan tersebut menjadi target penyelesaian oleh tim selama delapan bulan.

Tabel 1. Permasalahan Mitra

No	Uraian	Penyebab
1	Kondisi perekonomian anggota komunitas pengajian yang sedang menurun	Berkurangnya transaksi jual-beli di unit bisnis yang dimiliki anggota komunitas pengajian
2	Kurang paham akan penggunaan <i>digital marketing</i>	Terbiasa dengan jual-beli secara tatap muka
3	Proyek sosial yang sedang dilakukan oleh komunitas pengajian tidak mengalami kemajuan	Donasi yang biasa dikumpulkan melalui proses jual-beli sudah habis digunakan

Marketplace syariah menjadi salah satu solusi yang ditawarkan bagi permasalahan pemasaran bisnis komunitas pengajian. Pada bisnis yang dijalankan oleh anggota komunitas ini terdapat dua entitas, yaitu penjual dan pembeli yang dapat dibantu dengan mengubah pola transaksi dari tatap muka menjadi digital. Entitas utama, yaitu penjual yang merupakan anggota pengajian itu sendiri. Setelah memahami proses bisnis yang diinginkan oleh

anggota komunitas, ternyata ada keinginan dari mereka untuk mengubah cara bertransaksi namun dengan proses yang sederhana dan berbasis komunikasi utama, yaitu bertukar pesan (*chatting*). Berikutnya aliran informasi tidak hanya sekedar berhenti sampai proses transaksi saja, namun akan bergulir ke proses berikutnya, misalnya untuk pencatatan donasi ataupun pencatatan stok barang.

a. Pelaksanaan Tahap 1

Pelaksanaan pengabdian diawali dengan diskusi terfokus yang difasilitasi oleh tim dan dihadiri oleh sebagian anggota komunitas pengajian. Acara ini dilaksanakan di lokasi pengabdian, yaitu di Kecamatan Trucuk, Klaten, Jawa Tengah. Dalam acara ini, tim menggali informasi untuk mengenal proses bisnis yang sedang berjalan dan melengkapi kebutuhan data dalam membangun sebuah *marketplace* syariah. Tahapan ini sebenarnya telah dimulai saat tim mengidentifikasi permasalahan mitra. Anggota komunitas pengajian tersebut sangat antusias dalam mengemukakan permasalahan dan keinginan mereka untuk diakomodasi oleh tim, seperti terlihat dalam gambar 2.



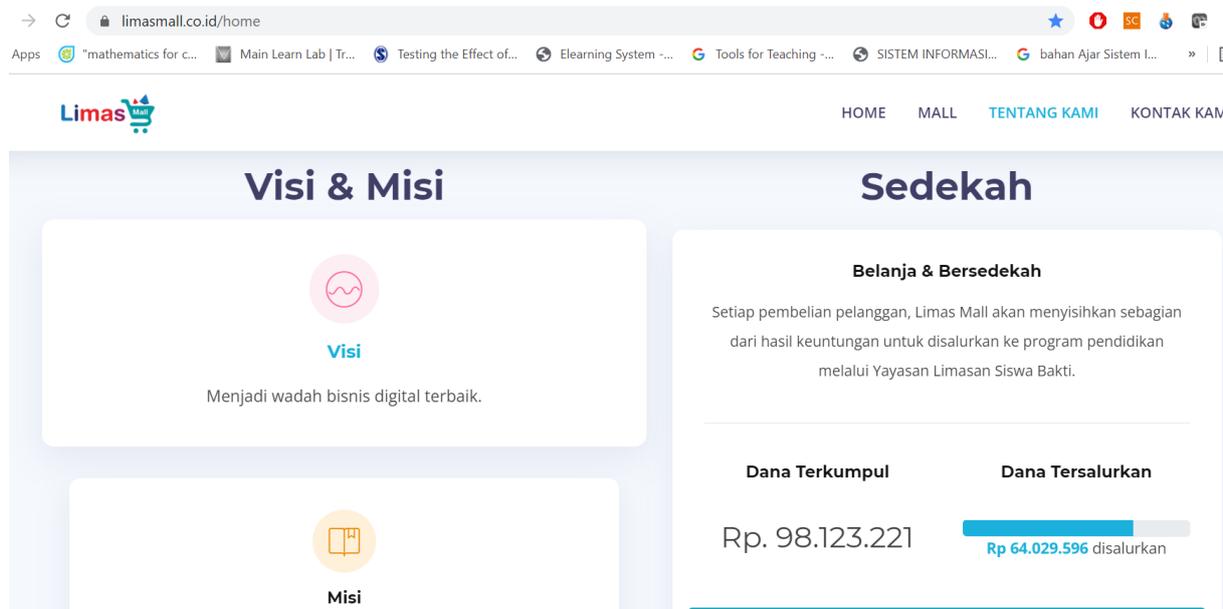
Gambar 2. Pengenalan Proses Bisnis yang sedang Berjalan

b. Pelaksanaan Tahap 2

Setelah mengenal proses bisnis yang dijalankan oleh anggota komunitas, tim memulai pembuatan *marketplace* syariah dan diberi nama Limasmall yang dapat diakses melalui <https://www.limasmall.co.id/home>. Tampilan muka *website marketplace* syariah ini dapat dilihat pada Gambar 3. *Marketplace* ini didukung oleh BMT Limasan. Sambil memenuhi kebutuhan harian rumah tangga, pengunjung *marketplace* syariah ini juga dapat melakukan sedekah seperti disajikan di Gambar 4. Sebagian keuntungan juga disalurkan untuk program pendidikan melalui Yayasan Limasan Siswa Bakti.



Gambar 3. Tampilan Muka Website Marketplace Syariah



Gambar 4. Konsumen dan Anggota Komunitas Dapat Berbisnis Sambil Bersedekah

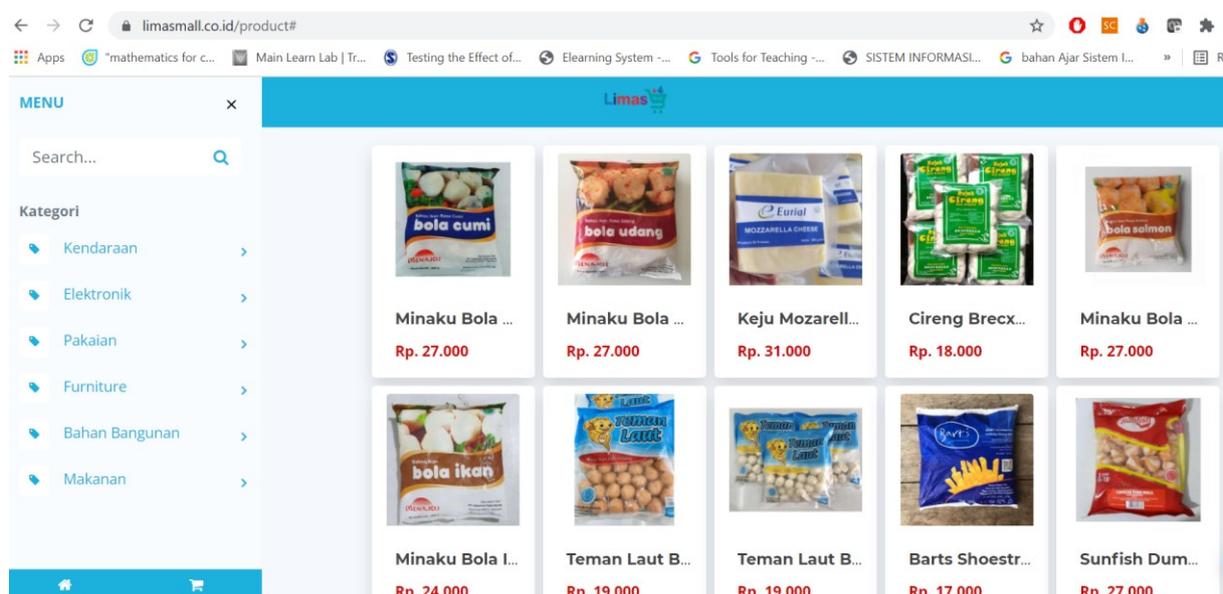
Pembuatan *marketplace* syariah melalui analisis dan pemrograman ini berusaha mengadopsi prinsip-prinsip pemasaran bisnis syariah. Setidaknya ada tiga parameter bisnis syariah yang menjadi acuan dalam pengembangan transaksi di *marketplace* ini, yaitu 1) semua transaksi dibolehkan kecuali ada justifikasi yang jelas untuk tidak membolehkannya; 2) semua transaksi harus memastikan manfaat dan keadilan bagi semua pihak; 3) setiap transaksi harus bebas dari elemen-elemen dasar yang dilarang, yaitu *riba*, *gharar* atau ketidakpastian, dan *maysir* atau perjudian. Selain itu, untuk transaksi *e-commerce* yang valid menurut syariah, harus memenuhi setidaknya tiga syarat, yaitu 1) adanya penawaran yang jelas dari penjual dan adanya pernyataan penerimaan atas tawaran tersebut dari pembeli yang berupa *chatting* atau komunikasi elektronik lainnya yang dimengerti oleh kedua belah pihak; 2) adanya persetujuan bersama dan

dilarang mengambil barang orang lain tanpa adanya hak dan persetujuan sesuai hukum yang berlaku; dan 3) barang yang diperjualbelikan harus sesuai kriteria antara lain: halal, bernilai, ada, dan dapat diserahkan dan ditentukan secara tepat dalam kontrak (Muhammad, Muhammad, & Khalil, 2013).

Sesuai prinsip-prinsip bisnis *online* syariah yang telah dijelaskan sebelumnya, anggota komunitas ini menjual produk-produk, antara lain kendaraan, elektronik, pakaian, *furniture*, bahan bangunan, dan makanan. Pilihan produk yang tersedia memiliki gambar dan harga dengan keterangan yang jelas. Apabila konsumen ada pertanyaan dapat menghubungi admin. Contoh produk makanan halal yang dipasarkan di *marketplace* syariah dapat dilihat di Gambar 5. Proses transaksi yang dilakukan oleh konsumen di *marketplace* syariah Limasmall terdiri dari beberapa tahap sebagai berikut:

1. Memilih produk yang akan dibeli melalui katalog produk yang tersedia dengan keterangan harga yang jelas
2. Memasukkan belanja ke dalam keranjang
3. Mengisi alamat pengiriman dengan lengkap
4. Memilih metode pembayaran yang terdiri atas transfer atau *cash on delivery* (CoD)
5. Memilih jasa pengiriman
6. Melakukan *check out*

Setelah melakukan ke enam tahap tersebut, konsumen telah menyelesaikan proses transaksinya secara lengkap.



Gambar 5. Contoh Produk yang Dipasarkan dalam Website Marketplace Syariah

c. Pelaksanaan Tahap 3

Setelah *website marketplace* syariah jadi, kemudian tim melaksanakan pelatihan dan sosialisasi kepada para anggota sekaligus *launching website*. Bagian admin yang mengelola website tersebut didampingi secara khusus

sedangkan anggota komunitas yang memiliki bisnis didorong untuk menyiapkan produk-produk yang akan dipasarkan via *website*. Mereka diberikan pelatihan agar memahami proses bisnis di *marketplace* syariah dan cara menyediakan produk agar menarik konsumen. Gambar 6 menyajikan informasi suasana pelatihan yang sedang berlangsung.



Gambar 6. Pelatihan Luring Penggunaan *Marketplace*

Manfaat yang dirasakan oleh anggota komunitas pengajian dengan adanya *marketplace* syariah antara lain:

1. Memberikan peluang baru untuk mengembangkan usaha
2. Mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi internet
3. Meningkatkan peluang ibadah dalam bisnis melalui sedekah
4. Membantu memasarkan bisnis komunitas melalui pemasaran *online*
5. Mengelola bisnis dengan lebih terorganisasi

Kesimpulan

Secara umum, kegiatan pengembangan dan pendampingan pemanfaatan *marketplace* syariah sebagai solusi pemasaran bisnis komunitas dapat diwujudkan. Salah satu hambatan eksternal yang tidak bisa dikontrol adalah adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) oleh pemerintah untuk mengatasi penyebaran virus Covid-19 sehingga tim kurang leluasa untuk terjun langsung ke lapangan. Pengembangan *marketplace* syariah untuk komunitas ini selanjutnya masih dapat disempurnakan dengan berbagai fitur dengan mengacu *marketplace* syariah lainnya ataupun ide-ide baru dari anggota komunitas dan masukan dari

konsumen/pengguna lainnya. Dengan pendekatan anggota komunitas yang menjadi basis pengguna *marketplace*, harapannya yaitu transaksi dapat terjadi dengan alami dan ruang lingkup pengguna makin membesar dengan adanya dukungan dari hubungan antar anggota komunitas yang makin kuat baik secara internal maupun eksternal.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Universitas Islam Indonesia atas ijin, dana, dan fasilitas bagi program ini melalui kontrak Nomor: 014/Dir/DPPM/80/Unggulan/III/2021.

Referensi

- Annur, C. M., (2019). *Setelah Tokopedia, Shopee sediakan fitur syariah*. Katadata.
<https://katadata.co.id/yuliawati/digital/5e9a4c55097c5/setelah-tokopedia-shopee-sediakan-fitur-syariah>
- Google, Temasek, Bain & Company. (2020). *E-economy SEA 2020. At full velocity: Resilient and racing ahead*.
- Khan, A. G. (2016). Electronic commerce: A study on benefits and challenges in an emerging economy. *Global Journal of Management and Business Research (B)*. 16 (1).
- Muhammad, M., Muhammad, M.R., & Khalil, K.M., (2013). Towards shari'ah compliant e-commerce transactions: A review of Amazon.com. *Middle-East Journal of Scientific Research*. 15. (9). 1229-1236. DOI:10.5829/idosi.mejsr.2013.15.9.11176
- Rumata, V. M., & Sastrosubroto, A. S. (2020). The Paradox of Indonesian Digital Economy Development. In R. M. Wu & M. Mircea (Eds.), *E-Business - Higher Education and Intelligence Applications*. Intechopen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.92140>
- Statista. (2020). *Number of e-commerce users in Indonesia from 2017 to 2025*. Statista. <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>