

**PELATIHAN TERPADU PROMOSI PRODUK UMKM DAN LITERASI
ZAKAT PRODUKTIF DALAM RANGKA PEMBERDAYAAN PELAKU
USAHA MENJADI MUZAKKI AKTIF DI DESA SEMELINANG
TEBING KECAMATAN PERANAP KABUPATEN INDRAGIRI HULU**

**Supri Handayani¹⁾ Af Ahmad Ramadhan²⁾ Ilham Khaliq³⁾ Mukhlas Adi Putra⁴⁾
Resti Utari Wahyudi⁵⁾**

^{1) 2) 4)} Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri

^{3) 5)} Program Studi Agribisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri

¹⁾ Email: suprihandayani1980@gmail.com, ²⁾ afmadhan@itbind.id,

³⁾ ilhamagribisnis.itb@gmail.com, ⁴⁾ mukhlas@itbind.id, ⁵⁾ resti.wahyudi@gmail.com

Riwayat Artikel:

Dikirim: 22.06.2026

Direvisi: 27.06.2026

Diterima: 30.06.2026

Abstrak:

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Semelinang Tebing, Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu melalui pelatihan promosi produk, pemasaran digital, branding, pembuatan konten pemasaran, dan literasi zakat produktif bersama Baznas Kabupaten Indragiri Hulu. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui sosialisasi, pelatihan, praktik, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, membangun identitas produk, serta memahami peran zakat produktif dalam pemberdayaan ekonomi.

Abstract:

This Community Service Program aimed to improve the capacity of MSME actors in Semelinang Tebing Village, Peranap District, Indragiri Hulu Regency through training on product promotion, digital marketing, branding, marketing content creation, and productive zakat literacy in collaboration with Baznas of Indragiri Hulu Regency. The program applied a participatory approach through socialization, training, practice, and mentoring. The results showed improvements in participants' knowledge and skills in utilizing social media for promotion, developing product branding, and understanding the role of productive zakat in economic empowerment.

Kata Kunci :

Promosi, Produk UMKM, Literasi, Zakat Produktif, Muzakki

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan UMKM bukan hanya berdampak pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada stabilitas sosial dan pengentasan kemiskinan. Menurut Tambunan (2019), UMKM memiliki peran strategis sebagai penggerak utama perekonomian nasional karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat struktur ekonomi daerah (Tambunan, 2019).

Namun demikian, berbagai tantangan masih dihadapi oleh pelaku UMKM, khususnya di wilayah pedesaan seperti Desa Semelinang Tebing, Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu. Permasalahan umum yang ditemukan meliputi keterbatasan literasi promosi dan pemasaran digital, rendahnya kapasitas manajerial, minimnya pemanfaatan media sosial dan marketplace, serta kurangnya jejaring pemasaran. Kondisi ini berdampak pada stagnasi omzet usaha dan terbatasnya peluang ekspansi pasar. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kemampuan pemasaran yang efektif merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha, karena pemasaran berfungsi menciptakan nilai, mengomunikasikan produk, dan membangun hubungan dengan konsumen secara berkelanjutan (Kotler & Keller, 2016).

Dalam perspektif ekonomi syariah, penguatan UMKM memiliki dimensi strategis tidak hanya dalam aspek ekonomi, tetapi juga dalam aspek pemberdayaan sosial berbasis zakat. Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Daerah sebagai lembaga resmi pengelola zakat di daerah memiliki mandat tidak hanya menghimpun zakat, tetapi juga melakukan pendayagunaan zakat untuk pemberdayaan ekonomi mustahik agar bertransformasi menjadi muzakki. Menurut Hafidhuddin (2011), zakat produktif merupakan instrumen ekonomi Islam yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan mustahik melalui pemberdayaan ekonomi sehingga mereka mampu mandiri dan pada akhirnya menjadi muzakki (Hafidhuddin, 2011). Transformasi mustahik menjadi muzakki merupakan indikator keberhasilan program zakat produktif yang berkelanjutan.

Desa Semelinang Tebing memiliki potensi UMKM di bidang perdagangan kecil, kuliner rumahan, hasil pertanian olahan, dan usaha jasa mikro. Namun, sebagian besar pelaku usaha masih berada pada kategori usaha subsisten dan belum memiliki sistem promosi yang terstruktur. Promosi usaha masih dilakukan secara konvensional dan terbatas pada jaringan lokal. Padahal, perkembangan teknologi informasi membuka peluang pemasaran yang jauh lebih luas melalui platform digital seperti media sosial dan marketplace daring. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), digital marketing memungkinkan usaha kecil menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Program pelatihan terpadu promosi produk UMKM dan literasi zakat produktif yang melibatkan unsur Baznas Daerah menjadi sangat relevan untuk meningkatkan kapabilitas pelaku usaha, khususnya dalam:

1. Strategi branding dan positioning produk;
2. Optimalisasi promosi digital berbasis media sosial;
3. Penyusunan konten pemasaran yang menarik;
4. Pemberdayaan zakat produktif Baznas Daerah.

Menurut Keller (2013), branding yang kuat mampu meningkatkan persepsi nilai produk dan menciptakan loyalitas pelanggan sehingga memberikan keunggulan kompetitif bagi pelaku usaha (Keller, 2013). Selain itu, Tuten dan Solomon (2021) menjelaskan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran dapat meningkatkan interaksi dengan

konsumen sekaligus memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan (Tuten & Solomon, 2021).

Pelatihan terpadu ini tidak hanya berfokus pada peningkatan omzet usaha, tetapi juga pada penguatan literasi keuangan syariah dan kesadaran zakat produktif. Dengan meningkatnya kapasitas dan pendapatan pelaku UMKM, diharapkan terjadi transformasi ekonomi dari penerima manfaat (mustahik) menjadi pembayar zakat (muzakki). Transformasi ini merupakan bentuk pemberdayaan yang berkelanjutan dan sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya pengentasan kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi inklusif. Yusuf Qardhawi (2011) menegaskan bahwa zakat tidak hanya berfungsi sebagai instrumen distribusi kekayaan, tetapi juga sebagai sarana pembangunan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan (Qardhawi, 2011).

Selain itu, kegiatan ini sejalan dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat, di mana dosen berperan sebagai fasilitator pemberdayaan berbasis riset dan kebutuhan riil masyarakat. Menurut Mardikanto dan Soebiato (2019), pemberdayaan masyarakat merupakan proses peningkatan kapasitas individu dan kelompok agar mampu memecahkan masalah, mengambil keputusan, serta mengembangkan potensi yang dimiliki secara mandiri (Mardikanto & Soebiato, 2019). Pendekatan yang digunakan dalam program ini adalah *participatory empowerment approach*, yakni melibatkan pelaku UMKM secara aktif dalam proses identifikasi masalah, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi keberhasilan program.

Dengan demikian, pelatihan terpadu promosi produk UMKM Desa dan literasi zakat produktif yang menggandeng Baznas Daerah Indragiri Hulu di Desa Semelinang Tebing merupakan langkah strategis untuk:

1. Meningkatkan daya saing dan kapasitas promosi pelaku UMKM;
2. Mendorong peningkatan pendapatan usaha secara berkelanjutan;
3. Membangun ekosistem ekonomi syariah berbasis zakat produktif;
4. Mewujudkan transformasi mustahik menjadi muzakki.

Berdasarkan urgensi dan potensi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini perlu dilaksanakan secara sistematis dan terukur sebagai bentuk kontribusi nyata perguruan tinggi dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan di Kabupaten Indragiri Hulu.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Semelinang Tebing, Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau. Sasaran utama kegiatan adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), penerima manfaat zakat produktif (mustahik), kelompok usaha masyarakat, serta unsur pendamping dari Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Indragiri Hulu. Pelaku UMKM dipilih sebagai sasaran utama karena memiliki peran strategis dalam peningkatan ekonomi keluarga dan masyarakat, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam aspek promosi, pemasaran digital, dan pengembangan usaha.

Lokasi pengabdian dipilih berdasarkan potensi ekonomi masyarakat yang cukup besar, khususnya pada sektor perdagangan kecil, kuliner rumahan, hasil pertanian olahan, dan jasa mikro. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Selain itu, masih rendahnya pemahaman masyarakat mengenai konsep zakat produktif sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi menjadi alasan penting dilaksanakannya kegiatan ini.

Perencanaan program dilakukan secara partisipatif dengan menggunakan pendekatan *Participatory Empowerment Approach*. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses pemberdayaan, sehingga setiap tahapan kegiatan melibatkan partisipasi aktif pelaku UMKM, perangkat desa, dan Baznas Daerah. Melalui pendekatan ini diharapkan tercipta rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap program sehingga keberlanjutan kegiatan dapat terjaga setelah program selesai dilaksanakan.

Tahap pengorganisasian masyarakat diawali dengan kegiatan koordinasi dan komunikasi bersama pemerintah desa, pengurus Baznas Kabupaten Indragiri Hulu, tokoh masyarakat, dan pelaku UMKM. Selanjutnya dilakukan pemetaan potensi usaha (*business mapping*) untuk mengidentifikasi jenis usaha yang berkembang, permasalahan yang dihadapi, peluang pasar, serta kebutuhan pelatihan yang diperlukan oleh peserta. Hasil pemetaan digunakan sebagai dasar penyusunan materi pelatihan dan pendampingan.

Dalam proses perencanaan aksi, pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam mengidentifikasi kebutuhan peningkatan kapasitas usaha. Bersama tim pengabdian dan Baznas Daerah, peserta menyusun prioritas kegiatan yang meliputi peningkatan kemampuan promosi digital, penguatan merek (*branding*), pengelolaan media sosial, pembuatan konten pemasaran, serta pemahaman mengenai zakat produktif sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Metode pengabdian yang digunakan adalah metode partisipatif dengan pendekatan edukatif, pelatihan, dan pendampingan. Strategi utama yang diterapkan meliputi:

1. Sosialisasi dan Edukasi Literasi Zakat Produktif

Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep zakat produktif, peran Baznas dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, pengelolaan usaha berbasis ekonomi syariah, serta pentingnya transformasi mustahik menjadi muzakki. Materi disampaikan melalui ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan studi kasus praktik pemberdayaan ekonomi berbasis zakat.

2. Pelatihan Branding dan Positioning Produk UMKM

Peserta diberikan pelatihan mengenai pentingnya identitas merek, desain kemasan, penentuan segmen pasar, serta strategi membangun citra produk yang mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi, praktik identifikasi keunggulan produk, dan penyusunan strategi branding sederhana sesuai karakteristik usaha masing-masing.

3. Pelatihan Promosi Digital Berbasis Media Sosial

Pelaku UMKM diberikan keterampilan dalam memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp Business, dan TikTok sebagai sarana promosi usaha. Materi mencakup teknik pembuatan akun bisnis, pengelolaan konten digital, strategi meningkatkan interaksi pelanggan, serta pemanfaatan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran.

4. Pelatihan Pembuatan Konten Pemasaran

Kegiatan ini berfokus pada peningkatan kemampuan peserta dalam membuat foto produk, video promosi sederhana, desain konten menggunakan aplikasi digital, serta teknik penulisan *copywriting* yang menarik dan persuasif. Peserta melakukan praktik langsung dengan pendampingan tim pengabdian.

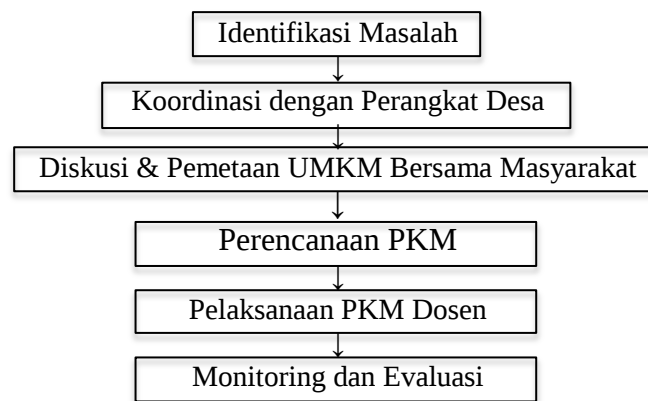
5. Pendampingan Pengembangan Usaha dan Implementasi Promosi Digital

Setelah pelatihan, peserta memperoleh pendampingan dalam menerapkan strategi promosi digital pada usaha masing-masing. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi berkala, monitoring penggunaan media sosial, evaluasi konten pemasaran, serta identifikasi kendala yang dihadapi selama implementasi.

6. Monitoring dan Evaluasi Program

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta, peningkatan keterampilan promosi digital, pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk, serta peningkatan literasi zakat produktif. Evaluasi dilaksanakan melalui observasi, wawancara, dokumentasi kegiatan, serta penyebaran kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan (*pre-test* dan *post-test*).

Teknik pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi kegiatan. Berikut tahapan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan:



Gambar 1. Diagram Alur Pengabdian Kepada Masyarakat

Hasil

1. Sosialisasi dan Edukasi Literasi Zakat Produktif

Kegiatan sosialisasi berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep zakat produktif, pengelolaan dana zakat untuk pemberdayaan ekonomi, serta peran Baznas dalam mendukung pengembangan usaha masyarakat. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta memahami zakat hanya sebagai kewajiban ibadah yang bersifat konsumtif. Setelah pelatihan, peserta memperoleh pemahaman bahwa zakat juga dapat menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan.

Diskusi interaktif menunjukkan meningkatnya kesadaran peserta mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang baik agar mampu meningkatkan pendapatan dan pada akhirnya bertransformasi dari mustahik menjadi muzakki. Peserta juga memperoleh informasi mengenai program-program pemberdayaan ekonomi yang diselenggarakan oleh Baznas Kabupaten Indragiri Hulu.

2. Pelatihan Branding dan Positioning Produk UMKM

Pada sesi ini peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya identitas produk, kemasan, logo usaha, dan strategi membangun citra produk di pasar. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mulai mampu mengidentifikasi keunggulan produk yang dimiliki dan menentukan target pasar yang lebih spesifik.

Beberapa pelaku UMKM yang sebelumnya belum memiliki merek usaha mulai

menyusun nama usaha dan desain label sederhana untuk produk yang dipasarkan. Selain itu, peserta memahami bahwa kemasan dan identitas produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dan nilai jual produk.

3. Pelatihan Promosi Digital Berbasis Media Sosial

Pelatihan promosi digital memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap peningkatan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi informasi. Sebelum kegiatan, sebagian besar pelaku UMKM hanya menggunakan media sosial untuk komunikasi pribadi dan belum mengoptimalkannya sebagai media pemasaran.

Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu:

- Membuat akun bisnis pada media sosial;
- Menggunakan WhatsApp Business sebagai sarana promosi;
- Mengunggah informasi produk secara teratur;
- Memanfaatkan fitur katalog digital;
- Memahami dasar-dasar pemasaran melalui Facebook, Instagram, dan TikTok.

4. Pelatihan Pembuatan Konten Pemasaran

Pelatihan pembuatan konten difokuskan pada teknik fotografi produk sederhana menggunakan telepon pintar, penyusunan kalimat promosi (*copywriting*), dan pembuatan desain promosi menggunakan aplikasi digital yang mudah diakses.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan foto produk yang lebih menarik dibandingkan sebelum pelatihan. Selain itu, peserta mulai memahami pentingnya penggunaan narasi pemasaran yang informatif dan persuasif untuk menarik perhatian konsumen. Beberapa peserta juga berhasil membuat poster promosi digital yang siap digunakan pada media sosial usaha mereka.

5. Pendampingan Implementasi Promosi Digital

Tahap pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa materi yang diperoleh selama pelatihan dapat diterapkan secara nyata dalam kegiatan usaha sehari-hari. Tim pengabdian melakukan monitoring terhadap aktivitas promosi digital yang dilakukan peserta.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mulai aktif mempromosikan produknya melalui media sosial dan aplikasi pesan digital. Beberapa pelaku UMKM juga mulai menerima pesanan dari konsumen di luar lingkungan desa melalui promosi daring yang dilakukan secara rutin.

C. Dampak dan Luaran Kegiatan

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

Peserta memperoleh pengetahuan baru mengenai strategi pemasaran modern, branding produk, promosi digital, dan literasi zakat produktif. Peningkatan pemahaman ini menjadi modal penting dalam pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan.

2. Peningkatan Kapasitas Promosi Produk

Pelaku UMKM mulai mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran sehingga jangkauan promosi menjadi lebih luas dibandingkan sebelumnya yang hanya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut.

3. Penguatan Literasi Ekonomi Syariah

Peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai konsep zakat produktif, pengelolaan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah, serta pentingnya membangun kemandirian ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan usaha.

4. Terbangunnya Kemitraan Strategis

Kegiatan ini berhasil memperkuat sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, Baznas Kabupaten Indragiri Hulu, dan pelaku UMKM dalam mendukung pengembangan ekonomi masyarakat berbasis pemberdayaan.

D. Faktor Pendukung dan Kendala

Faktor Pendukung:

1. Dukungan penuh dari Pemerintah Desa Semelinang Tebing.
2. Keterlibatan aktif Baznas Kabupaten Indragiri Hulu.
3. Antusiasme dan partisipasi tinggi dari pelaku UMKM.
4. Materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta.
5. Pendekatan partisipatif yang mendorong keterlibatan masyarakat.

Kendala yang Dihadapi:

1. Tingkat literasi digital peserta yang masih beragam.
2. Keterbatasan akses internet pada beberapa lokasi.
3. Sebagian peserta belum terbiasa menggunakan aplikasi pemasaran digital.
4. Keterbatasan waktu pendampingan pasca pelatihan.

Meskipun terdapat beberapa kendala, secara umum seluruh rangkaian kegiatan dapat dilaksanakan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam aspek promosi digital dan memperkuat pemahaman masyarakat mengenai zakat produktif sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi. Hasil tersebut menjadi langkah awal dalam mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat serta mewujudkan transformasi mustahik menjadi muzakki secara berkelanjutan.

Diskusi

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Desa Semelinang Tebing dirancang sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui penguatan kapasitas pelaku UMKM dan peningkatan literasi zakat produktif. Program ini dilaksanakan secara partisipatif dengan melibatkan pelaku UMKM, Pemerintah Desa Semelinang Tebing, dan Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Indragiri Hulu. Pendekatan tersebut dilakukan untuk menciptakan sinergi antara pengembangan usaha masyarakat dan pemberdayaan ekonomi berbasis syariah yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Desa Semelinang Tebing memiliki potensi usaha yang cukup besar, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usahanya. Kendala tersebut meliputi rendahnya pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, terbatasnya kemampuan dalam membangun identitas produk (branding), kurangnya keterampilan membuat konten promosi yang menarik, serta minimnya pemahaman mengenai pemanfaatan zakat produktif sebagai instrumen penguatan ekonomi masyarakat.

Program PkM ini dilatarbelakangi oleh tiga urgensi utama. Pertama, masih rendahnya kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran produk. Kedua, terbatasnya akses pengetahuan dan keterampilan mengenai strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan daya saing usaha. Ketiga, belum optimalnya pemahaman masyarakat mengenai peran zakat produktif dalam mendukung pemberdayaan ekonomi dan

transformasi mustahik menjadi muzakki.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan PkM diarahkan pada beberapa fokus utama, yaitu:

1. Sosialisasi dan Edukasi Literasi Zakat Produktif

- a. Sasaran kegiatan ini adalah pelaku UMKM, penerima manfaat zakat produktif, kelompok usaha masyarakat, serta perangkat desa.
- b. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan sesi tanya jawab mengenai konsep zakat produktif serta pemberdayaan ekonomi berbasis syariah.
- c. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai fungsi zakat produktif sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi. Peserta juga mulai memahami pentingnya pengelolaan usaha yang baik sebagai langkah menuju kemandirian ekonomi dan transformasi dari mustahik menjadi muzakki.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Hafidhuddin (2011) yang menyatakan bahwa zakat produktif tidak hanya berfungsi sebagai bantuan sosial, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan mustahik secara berkelanjutan.

2. Pelatihan Branding dan Positioning Produk UMKM

- a. Kegiatan ini ditujukan untuk membantu peserta mengenali keunggulan produk yang dimiliki serta membangun identitas usaha yang lebih kompetitif.
- b. Materi yang diberikan meliputi penentuan merek usaha, desain kemasan, segmentasi pasar, dan strategi positioning produk.
- c. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mulai memahami pentingnya identitas produk dalam menarik minat konsumen. Beberapa peserta bahkan telah menyusun konsep merek dan label produk yang sebelumnya belum dimiliki.

Hasil ini mendukung teori Keller (2013) yang menjelaskan bahwa branding yang kuat dapat meningkatkan nilai produk, memperkuat citra usaha, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

3. Pelatihan Promosi Digital Berbasis Media Sosial

- a. Sasaran kegiatan adalah seluruh pelaku UMKM yang belum optimal memanfaatkan media digital untuk pemasaran usaha.
- b. Metode yang digunakan berupa demonstrasi, praktik langsung penggunaan media sosial, simulasi pemasaran digital, dan pendampingan pembuatan akun bisnis.
- c. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menggunakan media sosial sebagai sarana promosi usaha, membuat katalog produk digital, dan memanfaatkan fitur-fitur pemasaran yang tersedia pada platform digital.

Peningkatan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial menunjukkan bahwa digitalisasi pemasaran dapat menjadi solusi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar UMKM.

4. Pelatihan Pembuatan Konten Pemasaran

- a. Peserta diberikan pelatihan mengenai teknik fotografi produk sederhana, desain promosi digital, dan penyusunan kalimat pemasaran (*copywriting*).
- b. Kegiatan dilakukan melalui praktik langsung menggunakan telepon pintar dan aplikasi desain yang mudah dioperasikan.
- c. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan konten promosi

yang lebih menarik dan komunikatif dibandingkan sebelum pelatihan. Kemampuan ini menjadi modal penting dalam meningkatkan efektivitas promosi produk melalui media sosial.

Menurut Tuten dan Solomon (2021), kualitas konten pemasaran merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keterlibatan konsumen (*customer engagement*) dalam pemasaran digital.

5. Pendampingan Implementasi Promosi Digital dan Pengembangan Usaha

- a. Setelah pelatihan, peserta memperoleh pendampingan dalam mengimplementasikan strategi promosi digital pada usaha masing-masing.
- b. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi, monitoring aktivitas pemasaran digital, dan evaluasi perkembangan usaha.
- c. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mulai aktif mempromosikan produknya secara daring dan menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam memasarkan produk kepada konsumen yang lebih luas.

Program ini membuktikan bahwa pendekatan pemberdayaan yang mengintegrasikan aspek ekonomi, teknologi, dan ekonomi syariah mampu meningkatkan kapasitas masyarakat secara lebih komprehensif. Pelibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan juga menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif menjadi faktor penting dalam keberhasilan program pemberdayaan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Mardikanto dan Soebiato (2019) yang menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat akan lebih efektif apabila masyarakat dilibatkan secara aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program.

Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan, antara lain:

1. Tingkat literasi digital peserta yang masih beragam sehingga memerlukan pendampingan yang lebih intensif.
2. Keterbatasan akses internet pada beberapa wilayah yang memengaruhi efektivitas praktik pemasaran digital.
3. Sebagian pelaku UMKM belum terbiasa melakukan promosi secara konsisten melalui media sosial.
4. Keterbatasan waktu pendampingan yang menyebabkan belum seluruh peserta dapat mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara optimal.
5. Masih perlunya penguatan pemahaman mengenai pengelolaan usaha berbasis ekonomi syariah dan pemanfaatan program zakat produktif secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, keberlanjutan program perlu didukung melalui kerja sama yang berkesinambungan antara perguruan tinggi, Pemerintah Desa Semelinang Tebing, Baznas Kabupaten Indragiri Hulu, serta instansi terkait lainnya. Pendampingan lanjutan diperlukan untuk memastikan bahwa keterampilan yang telah diperoleh peserta dapat diterapkan secara konsisten sehingga mampu meningkatkan pendapatan usaha, memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat, dan mendorong terwujudnya transformasi mustahik menjadi muzakki. Dengan demikian, program pemberdayaan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan kapasitas usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi masyarakat yang inklusif dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa Pelatihan Terpadu Promosi Produk UMKM dan Literasi Zakat Produktif Baznas Daerah di Desa Semelinang Tebing, Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu telah terlaksana dengan baik dan memperoleh respons positif dari masyarakat, khususnya pelaku UMKM. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam bidang promosi produk, pemasaran digital, penguatan merek (*branding*), pembuatan konten pemasaran, serta pemahaman mengenai zakat produktif sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi berbasis syariah.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki potensi usaha yang cukup besar, namun masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan pengembangan usaha. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, peserta mampu meningkatkan kemampuan dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi, menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, serta membangun identitas produk yang lebih kompetitif. Selain itu, kegiatan literasi zakat produktif berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai peran zakat dalam mendukung kemandirian ekonomi masyarakat dan mendorong transformasi mustahik menjadi muzakki.

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, memperkuat literasi ekonomi syariah, serta mendukung terciptanya kemandirian ekonomi masyarakat desa. Program ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membangun ekosistem ekonomi produktif yang berkelanjutan dan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui penguatan UMKM dan optimalisasi zakat produktif.

Pengakuan/Acknowledgements

Terima kasih diucapkan kepada seluruh pihak yang turut membantu dan memberi dukungan penuh atas kelancaran pelaksanaan PKM ini, kepada Ibu Kepala Desa, Ketua Karang Taruna, Ketua Pemuda, Babinkamtibmas, pelaku UMKM Desa Semelinang Tebing, serta mahasiswa/i KKN Temaik yang turut membantu terlaksananya rangkaian kegiatan ini.



YAYASAN PENDIDIKAN INDRAGIRI (YPI)
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS INDRAGIRI

Izin: Kepmendikbudristek RI Nomor 585/E/O/2022

Program Studi

S1 Manajemen – S1 Teknik Sipil – S1 Agribisnis – D3 Kebidanan – S1 Kebidanan dan Profesi Bidan
Rektorat: Jl. R. Soeprapto No. 14 Telp. (0769) 21019 Rengat, Kabupaten Indragiri Hulu, Riau – Indonesia

SURAT TUGAS

Nomor : **019** /P3M/ITBIN/RGT/IV/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : Suwaji, SE. MM

NIDK : 1022097401

JABATAN : Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M)
Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri.

Menugaskan Kepada Dosen Berikut:

No	Nama	Jabatan	Status
1.	Supri Handayani, SE. MM	Dosen	Katua Pelaksana
2.	AF Ahmad Ramadhan, S.Pd.I., M.Pd.	Dosen	Anggota
3.	Ilham Khaliq, S.E., M.Si.	Dosen	Anggota
4.	Mukhlas Adi Putra, S.E., M.M.	Dosen	Anggota
5.	Resti Utari Wahyudi, S.P., M.Sc	Dosen	Anggota

Untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 07 April 2026

Tempat : Desa Semelinang Tebing, Kec. Peranap, Kab. Indragiri Hulu

Judul : Pelatihan Terpadu Promosi Produk UMKM dan Literasi Zakat Produktif dalam
Rangka Pemberdayaan Pelaku Usaha Menjadi Muzakki Aktif di Desa Semelinang
Tebing, Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu.

Demikianlah Surat Tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan dengan penuh tanggungjawab.

Rengat, 06 April 2026

Pusat Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat (P3M)
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS INDRAGIRI



Kepala,

Suwaji, SE. MM
NIDK. 1022097401

**BERITA ACARA & PRESENSI
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM) DOSEN**

Pada hari ini Sabtu tanggal Sebelas bulan April tahun 2026
telah dilaksanakan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) oleh Dosen
Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri pada:

Hari/Tanggal : Sabtu, 11 April 2026
Jam : 14.00 WIB
Tempat : Aula Rapat Kantor Desa
Desa / Kel : Semelintang Tebing
Kecamatan : Peramp
Kabupaten : Indragiri Hulu
Judul : Pelatihan Terpadu promosi Produk UMKM dan Literasi
Zakat Produktif dalam Rangka pemberdayaan pelaku
Usaha menjadi Muzakka aktif di Desa Semelintang Tebing

Daftar Peserta :

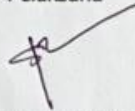
NO.	NAMA PESERTA	ASAL PESERTA	TANDA TANGAN
1.	LITRA	SEMELINTANG T	
2.	REMI	"	
3.	SISKA	"	
4.	TU/A	"	
5.	IRAS	"	
6.	Juli	"	
7.	Dura	"	
8.	Yuni Mariani	"	
9.	AMBY	"	
10.	AYU Permata Sari	"	
11.	Zidan Hardiansyah	"	
12.	Iris Suryani	"	
13.	Nurhidayah	"	
14.	Fani	"	
15.	Wina	"	
16.	Sutri	- - -	
17.	Lusi	- - -	
18.	Dede Haryanto	- - -	
19.	LINA	- - -	

20.	Desvi	Semesta Tebing	Desvi
21.	MIMI	- u -	MIMI
22.	NINI	- a -	NINI
23.	REKA	- i -	REKA
24.	Pro Fristatini	Ukha Pasko	Pro
25.	Amalia Putri Simanungkalit	Ukha Mahesi	Amalia
26.	Esti Rahayu Pramukti	Ukha Mahesi	Esti
27.	Ferry Handayani	Ukha Mahesi	Ferry
28.			
29.			
30.			

Berita acara ini ditulis dan disampaikan sesuai dengan yang sesungguhnya.

Semelinang Tebing, 11 April 2026

Pelaksana



(Supri Handayani, S.E., M.M.)
NUPTK. 6745758659130192

Dokumentasi PKM





Referensi

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th Edition). Pearson.
- Hafidhuddin, D. (2011). *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management* (4th Edition). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson.
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*. Jakarta: Kencana.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social Media Marketing* (4th Edition). Sage Publications.
- Qardhawi, Y. (2011). *Hukum Zakat*. Jakarta: Pustaka Litera AntarNusa.