



## Penguatan Konsep-Konsep Manajemen Untuk Mengembangkan Bisnis Wirausaha Muslim Pada Sekolah Wirausaha Aisiyyah (SWA) Kebumen

Titin Ekowati ✉, Endah Pri Ariningsih, Mahendra Galih Prasojo

Universitas Muhammadiyah Purworejo

Jl. KH. A. Dahlan 3 Purworejo, 54111 Jawa Tengah, Indonesia

| [titikekowati@gmail.com](mailto:titikekowati@gmail.com) ✉ | DOI : <https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i3.1505> |

### Abstrak

Pengetahuan dan pemahaman tentang konsep-konsep manajemen seperti pemasaran Syariah, pengemasan produk, dan pengelolaan keuangan bisnis bagi para pelaku usaha kecil menengah merupakan hal yang sangat penting. Beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra pengabdian berkaitan dengan penerapan pemasaran Syariah, pengemasan produk dan pengelolaan keuangan yang belum memadai. Apabila pemahaman tentang hal-hal tersebut sudah dimiliki oleh pelaku usaha kecil menengah maka bisnis mereka dapat berkembang lebih pesat. Tujuan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan penguatan konsep-konsep manajemen seperti pemasaran Syariah, pengemasan produk, dan pengelolaan keuangan bisnis sehingga dapat mengembangkan bisnis bagi wirausaha muslim pada Sekolah Wirausaha Aisiyyah (SWA) Kebumen khususnya kelas Boga sebagai mitra pengabdian. Mekanisme kegiatan menggunakan metode ceramah dan diskusi serta praktik atau simulasi. Setiap sesi, diakhiri dengan tanya jawab untuk mengetahui seberapa jauh tingkat pemahaman peserta dalam merespon materi yang telah disampaikan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam tiga sesi oleh masing-masing anggota tim, sudah terlaksana dengan baik. Hasilnya mitra pengabdian dapat memiliki pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep manajemen, karena respon dan antusiasme dari mitra pengabdian untuk memahami materi yang disampaikan cukup tinggi. Sebagai rekomendasi, pengabdian masyarakat dengan tema ini dapat dilaksanakan pada mitra pengabdian lain seperti kelompok industri rumah tangga, kelompok pedagang kaki lima, kelompok pedagang pasar tradisional dan sebagainya, sehingga dapat memperluas pemahaman konsep-konsep manajemen seperti pemasaran Syariah, pengemasan produk, dan pengelolaan keuangan bisnis dengan lebih baik.

**Kata Kunci:** Konsep manajemen, Pemasaran Syariah, Produk, Keuangan, Wirausaha



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## 1. Pendahuluan

Pengembangan bisnis usaha kecil menengah (UKM) sangat penting untuk dilakukan, karena pelaku bisnis ini adalah sebagai salah satu penopang ekonomi nasional. Kegiatan bisnis UKM yang maju dapat digunakan juga sebagai indikator kemajuan suatu negara. Minimal 2% dari total penduduk suatu negara sebagai pelaku usaha, maka negara tersebut dapat dikatakan sebagai negara maju dan makmur (Margahana & Triyanto, 2019). Untuk mengembangkan bisnis usaha kecil menengah (UKM), dapat dilakukan dengan penguatan konsep-konsep manajemen seperti penguatan program pemasaran dan keuangan. Lebih khusus lagi pelaku bisnis muslim, dapat menerapkan konsep-konsep pemasaran syariah, pengemasan yang menarik,

sehat dan kekinian, serta pengelolaan keuangan yang baik yang merupakan bagian dari konsep-konsep manajemen.

Praktik pemasaran syariah merupakan bentuk pasar spiritual. Pada level spiritual, pemasaran disikapi sebagai bisikan hati nurani atau panggilan jiwa, selanjutnya praktik pemasaran dikembalikan pada fungsi-fungsi hakiki dan dijalankan dengan moralitas yang kental. Prinsip-prinsip kejujuran, empati, cinta, dan kepedulian terhadap sesama menjadi dominan (Hardiyanto, 2020). Pemasaran spiritual merupakan tingkatan pemasaran langit yang prosesnya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip muamallah (bisnis syariah). Dalam praktik pemasaran syariah bahasa yang digunakan bahasa hati dalam kegiatan bisnis yang dilakukan (Kalimah, 2018).

Sebagai seorang pebisnis muslim tentunya etika dan perilaku bisnis yang wajib dicontoh adalah etika dan perilaku bisnis Nabi Muhammad SAW (Yahya, 2020). *Sesungguhnya pada diri Rasulullah terdapat suri tauladan yang baik bagi kamu, yaitu bagi siapa saja yang mengharap rahmat Allah dan kebahagiaan di hari kiamat dan ia banyak menyebut Allah* (QS Al-Ahzab (33) : 21). Nabi Muhammad adalah seorang pemimpin, politikus, dan pebisnis. Akhlaq rasulullah dalam menjalankan bisnis seharusnya dicontoh oleh pebisnis saat ini. Nabi Muhammad sangat menganjurkan umatnya untuk berbisnis (berdagang), karena berbisnis dapat menimbulkan kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga tanpa bergantung atau membebani orang lain. Berdaganglah kamu, sebab dari sepuluh bagian penghidupan, sembilan diantaranya dihasilkan dari berdagang (HR Al-Bukhori). *Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu* (QS Al-Baqarah (2): 198). *Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba* (QS AL-Baqarah (2): 275). Berdasarkan ayat tersebut dapat dijelaskan bahwa Allah SWT telah menghalalkan jual beli bagi manusia sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keberkahan hidup (Nurmuizz & Rosyadi, 2020).

Dalam menjalankan bisnis, seorang pebisnis muslim penting untuk mengedepankan profesionalisme. Bentuk-bentuk profesionalisme dalam berbisnis dapat dilihat dari konsep-konsep yang ada dalam Al Quran dan Hadist. Berusaha untuk mendapatkan penghasilan halal merupakan sebuah kewajiban, disamping tugas-tugas lain yang diwajibkan (HR Al-Baihaqi). Tidak ada satupun makanan yang lebih baik daripada makanan dari hasil keringat sendiri (HR Al-Bukhari). Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya termasuk dalam golongan para nabi, orang-orang yang benar-benar tulus, dan para syuhada (HR Al-Tirmidzi, Al-Darimi, Al-Daruqutni). Allah memberikan rahmat pada setiap orang yang bersikap baik ketika menjual, membeli, dan membuat suatu pernyataan. Apabila suatu urusan diserahkan kepada orang yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya (Indriyani, 2016).

Bauran pemasaran juga menjadi perhatian penting dalam menjalankan bisnis bagi seorang muslim (Zaenal *et al.*, 2014). Didalam bauran pemasaran ada beberapa point yang penting untuk diperhatikan yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Menurut (Ariyadi, 2018) strategi produk yang penting untuk diperhatikan bagi pebisnis syariah adalah tidak diperbolehkan menjual barang yang terkena najis, tidak diperbolehkan menjual barang yang tidak ada di tempat akad atau tidak bisa dilihat dengan jelas, tidak diperbolehkan menjual buah-buahan yang belum tumbuh, tidak diperbolehkan menjual barang yang haram, tidak diperbolehkan menjual anggur untuk dijadikan khamer, dan tidak diperbolehkan menjual barang yang sedang dibeli oleh orang lain.

Strategi harga juga penting diperhatikan oleh pebisnis syariah. Sebagai pebisnis muslim dapat menggunakan strategi harga dari Al-Quran dan Hadist yang dapat digunakan sebagai pijakan dalam menjalankan bisnisnya (Muslimin *et al.*, 2020).

*Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah maha penyayang dirimu (QS An Nisa ayat 29). Janganlah kamu menjual menyaingi penjualan saudaramu (HR Bukhari). Rasulullah SAW melarang orang kota menjualkan barang dagangan orang desa dan janganlah kamu membohongkan harga barang, dan janganlah seorang menjual menyaingi harga jual saudaranya, janganlah menawar sesuatu yang sedang dalam penawaran saudaranya dan janganlah seorang wanita minta supaya diceraikan untuk mengikutkan isi bejananya (HR Bukhari)*

Selain itu strategi tempat juga penting untuk diperhatikan bagi pebisnis syariah. Point penting dalam ajaran islam terkait dengan strategi tempat dapat dijelaskan dalam dua Hadist berikut. Janganlah kamu menjual menyaingi harga jual orang lain, dan janganlah kamu menyongsong membeli barang dagangan sebelum dibawa ke pasar (HR Bukhari). Pada masa rasulullah SAW orang banyak membeli makanan dari rombongan orang-orang berkendaraan. Nabi mengirimkan utusan kepada mereka supaya melarang mereka menjual makanan di tempat mereka beli sehingga mereka dipindahkan ke tempat menjual makanan (HR Bukhari).

Strategi promosi juga merupakan point yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pebisnis syariah. Point-point tersebut dapat dilihat dari kisah dan hadist berikut ini. Rasulullah mengajarkan hubungan baik dengan pelanggan, nabi memahami dengan teliti negeri Bahrain, nama kota, makanan, penduduknya, dan sebagainya sehingga sangat dikagumi pembeli di sana. Penampilan yang baik dari Rosulullah “segenap puji bagi Allah yang telah memberikan pakaian padaku dengan sesuatu yang dapat menutupi auratku dan dapat digunakan sebagai penghias diri bagi orang lain (HR Al Ghazali). Rosulullah lebih mengutamakan keberkahan daripada keberhasilan penjualan. Sumpah itu melariskan dagangan tapi menghapuskan keberkahan (HR Bukhari) ; Timbanglah makananmu dan kamu akan diberi berkah (HR Bukhari). Rosulullah memberikan pelayanan hebat bagi pelanggan. Allah merahmati orang-orang yang ringan dalam menjual atau membeli dan jika menagih utang (HR Bukhari). Rosulullah menyatakan membangun silaturahmi atau relasi adalah keberhasilan dalam pemasaran. Barang siapa ingin dimudahkan Allah dalam rezekinya atau dipanjangkan umurnya maka jalinlah tali silaturahmi (HR Bukhari). Sesungguhnya seorang pedagang apabila mempunyai empat sifat maka akan dilancarkan rezekinya yaitu apabila ia membeli barang tidak mencela, apabila menjual tidak memujinya dengan berlebihan, apabila menjual tidak menipu dan apabila menjual atau membeli tidak bersumpah (HR Ashbahani). Menurut (Leli, 2019) ada beberapa hal yang dilarang dalam promosi menurut ajaran islam yaitu penawaran dan pengakuan fiktif, iklan yang tidak sesuai kenyataan, dan eksploitasi wanita dalam kegiatan promosi. Sebelumnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh mitra pengabdian belum berbasis syariah, sehingga penting untuk dilaksanakan pengabdian masyarakat dengan memberikan penguatan konsep promosi berbasis syariah.

Selanjutnya pengemasan produk yang menarik, sehat, dan kekinian juga penting untuk diperhatikan oleh pebisnis muslim khususnya pelaku UKM. Kemasan yang baik dan menarik dapat berpengaruh terhadap peningkatan penghasilan penjual dengan terciptanya harga premium, dimana konsumen bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi. Kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau wadah tetapi juga harus dapat menjual produk yang dikemasnya. Sebagai pelaku usaha UKM terutama yang bergerak di bidang bisnis kuliner atau makanan, sangat penting untuk memperhatikan kemasan produknya. Selain agar terlihat menarik bagi konsumen, yang lebih penting

diperhatikan oleh pelaku bisnis adalah penggunaan bahan kemasan yang sehat untuk mengemas makanan. Beberapa hal yang menjadi ukuran bahwa bahan kemasan adalah sehat dan aman jika bahan kemasan tersebut bukan berbahan Styrofoam, kedap udara, kedap air, tahan panas, bias di daur ulang sehingga ramah lingkungan. Selain hal-hal tersebut pelaku bisnis produk makanan juga tetap harus menciptakan kemasan yang menarik dan kekinian sehingga kemasan menjadi sehat dan tetap menarik perhatian konsumen untuk membeli. Menurut (Putranti & Suparmi, 2016) menjelaskan bahwa kemasan yang sehat dan ramah lingkungan juga dapat mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen terhadap suatu produk. Pemahaman dan pengetahuan mitra pengabdian tentang pengemasan produk yang menarik, sehat, dan kekinian belum ada karena dari sampel produk yang disediakan masih terlihat penggunaan bahan plastik dan Styrofoam. Sehingga penting untuk dilakukan pengabdian masyarakat dengan memberikan penguatan konsep pengemasan yang menarik, sehat, dan kekinian.

Pengemasan produk-produk hasil usaha kecil menengah (UKM) bertujuan untuk 1) Meningkatkan keamanan produk UKM, 2) Meningkatkan nilai jual produk UKM, 3) Memudahkan pendistribusian produk UKM, 4) Memudahkan komunikasi produk UKM ke pasar, 5) Memberikan kepraktisan lebih mudah diambil, dibuka, dan dibawa bagi produk UKM, dan 6) Memberikan daya tarik dan keindahan produk UKM. Konsep pengemasan ini dapat diaplikasikan pada produk-produk makanan hasil UKM dan juga produk-produk lainnya (Widiati, 2019).

Peran kemasan dalam memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja penjualan produk sudah tidak diragukan lagi. Peran kemasan menjadi terasa ketika konsumen melakukan aktivitas belanja. Konsumen banyak mendapatkan informasi produk yang ada dari berbagai keterangan dan tulisan pada kemasan. Konsumen dengan tingkat keterlibatan pembelian yang rendah dan dalam keadaan tergesa-gesa, banyak yang mengambil keputusan untuk membeli produk hanya dengan sekilas melihat kemasan yang menarik. Pentingnya peran kemasan ini sering kali belum diperhatikan oleh pelaku usaha kecil dan menengah yang memang belum memahami keuntungan yang akan diperoleh dengan kemasan yang baik dan menarik. Sehingga konsep kemasan kekinian ini penting untuk diaplikasikan pada produk-produk hasil UKM terutama makanan (Apriyanti, 2018).

Tidak kalah penting lagi adalah pengelolaan keuangan untuk pelaku bisnis UKM. Pentingnya laporan keuangan adalah untuk memisahkan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi, menentukan besarnya keuangan yang akan digunakan untuk kebutuhan usaha, dan melakukan pencatatan keuangan (pembukuan) secara tertib untuk mengontrol semua transaksi keuangan baik itu pemasukan maupun pengeluaran, baik itu utang maupun piutang (Herawati, 2019). Pemahaman dan pengetahuan mitra pengabdian tentang pengelolaan keuangan yang baik belum ada, karena mereka belum memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha dan pencatatan keuangan belum dilakukan secara tertib dan rapi. Sehingga pengabdian masyarakat dengan memberikan simulasi pengelolaan keuangan yang baik bagi mitra pengabdian penting untuk dilaksanakan.

Dengan membuat laporan keuangan yang baik, ada beberapa manfaat yang dapat diambil bagi pelaku bisnis UKM yaitu dapat mengetahui posisi dari keuangan usaha, menyediakan informasi sebagai bahan pengambilan keputusan usaha misalnya kebutuhan pembelian bahan baku, penentuan harga produk, ataupun kemungkinan perluasan usaha. Selain itu juga dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam pengambilan kredit usaha (Febriyanto *et al.*, 2019).

Pengetahuan dan pemahaman tentang konsep-konsep manajemen seperti pemasaran syariah, pengemasan produk, dan pengelolaan keuangan bisnis bagi para pelaku usaha kecil menengah merupakan hal yang sangat penting. Beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh mitra pengabdian, berkaitan dengan penerapan pemasaran Syariah, pengemasan produk dan pengelolaan keuangan yang belum memadai. Apabila pengetahuan dan pemahaman tentang hal-hal tersebut sudah dimiliki oleh pelaku usaha kecil menengah bukan hal yang mustahil lagi bisnis mereka akan berkembang lebih pesat. Tujuan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan penguatan konsep-konsep manajemen seperti pemasaran Syariah, pengemasan produk, dan pengelolaan keuangan bisnis sehingga dapat mengembangkan bisnis bagi wirausaha muslim yang tergabung dalam Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen khususnya kelas Boga sebagai mitra pengabdian.

Tim pengabdian masyarakat mendapat kesempatan untuk memberikan ceramah tentang penguatan konsep kegiatan pemasaran yang berbasis syariah, pengemasan produk yang menarik, dan pengelolaan keuangan yang baik untuk kelompok usaha Boga. Produk yang dibuat adalah produk makanan seperti kue basah kelepon, lempeng, lapis, dan lain-lain. Produk-produk tersebut mempunyai prospek yang bagus, karena kue jenis ini merupakan camilan yang enak dan mengenyangkan. Selain itu, produk tersebut juga memiliki banyak peminat dari segala macam usia dan berbagai macam kalangan. Produk ini sering disebut jajanan pasar yang termasuk dalam kue-kue tradisional khas Indonesia. Kue basah selain menjadi camilan juga biasanya dihidangkan dalam acara-acara penting, seperti dalam lamaran, pernikahan, syukuran dan acara lainnya. Pangsa pasar yang seperti ini akan banyak menguntungkan para wirausaha kue basah, termasuk wirausaha pemula seperti wirausaha Aisyiyah Kebumen. Oleh karena itu diperlukan pengetahuan dan pemahaman tentang pemasaran Syariah, pengemasan produk yang menarik dan pengelolaan keuangan yang baik agar dapat dapat mengembangkan bisnis yang telah dijalankan. Sehingga tujuan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan penguatan konsep pemasaran syariah, pengemasan produk, dan pengelolaan keuangan bisnis sehingga dapat mengembangkan bisnis bagi wirausaha muslim pada Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen khususnya kelas Boga.

## **2. Metode**

---

Mitra pada program pengabdian masyarakat ini adalah para wirausaha yang tergabung dalam Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen yang semuanya adalah pelaku usaha muslim. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat ini, dilaksanakan di Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen, dalam hal ini sasaran yang dituju adalah kelompok wirausaha Boga yang merupakan siswa-siswa sekolah tersebut. Kegiatan pengabdian masyarakat ini, mekanisme kegiatan menggunakan metode ceramah dan diskusi serta praktik atau simulasi. Sedangkan tahap-tahap pelaksanaan pengabdian masyarakat ini diawali dengan tahap persiapan, dilanjutkan tahap pelaksanaan dan evaluasi, serta tahap akhir.

### **2.1. Tahap Persiapan**

Tahap ini merupakan tahap awal sebelum melakukan kegiatan masyarakat. Ada beberapa hal yang harus dilakukan pada tahap ini yaitu: survey lapangan yang berguna untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra pengabdian, pembuatan



proposal yang berguna untuk memberikan rancangan solusi bagi permasalahan dan kebutuhan mitra pengabdian, dan penentuan waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian berdasarkan kesepakatan antara tim pengabdian masyarakat dan mitra pengabdian. Untuk menunjang kelancaran kegiatan pengabdian masyarakat ini maka dilakukan persiapan materi ceramah dan konsep simulasinya sesuai dengan tema yang telah diminta oleh mitra pengabdian.

## **2.2. Tahap Pelaksanaan dan Evaluasi**

Pelaksanaan pengabdian masyarakat di kelas boga Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen dilaksanakan dengan ceramah dan diskusi yang terdiri dari tiga sesi. Tim pengabdian masyarakat ini ada orang yaitu Titin Ekowati yang memaparkan tentang pemasaran Syariah, Endah Pri Ariningsih yang memaparkan tentang pengemasan produk, dan Mahendra Galih Prasaja yang memaparkan tentang pengelolaan keuangan untuk bisnis. Setiap sesi, diakhiri dengan tanya jawab untuk mengetahui seberapa jauh tingkat pemahaman peserta pengabdian masyarakat ini dalam merespon materi yang telah disampaikan.

Sesi pertama, dilaksanakan kegiatan ceramah tentang penguatan konsep-konsep pemasaran Syariah yang dapat diaplikasikan dalam kegiatan bisnis para wirausaha yang tergabung dalam Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen kelas Boga. Setelah kegiatan ceramah kemudian dilanjutkan dengan kegiatan diskusi atau tanya jawab yang direspon dengan penuh semangat dan antusias dari para siswa.

Sesi kedua, dilaksanakan kegiatan ceramah tentang penguatan konsep pengemasan yang menarik, sehat, dan kekinian yang dapat diaplikasikan dalam kegiatan bisnis para wirausaha yang tergabung dalam Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen kelas Boga. Setelah kegiatan ceramah kemudian dilanjutkan dengan kegiatan diskusi atau tanya jawab yang direspon dengan penuh semangat dan antusias dari para siswa.

Sesi ketiga, dilaksanakan kegiatan ceramah tentang penguatan konsep pengelolaan keuangan yang baik yang dapat diaplikasikan dalam kegiatan bisnis para wirausaha yang tergabung dalam Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen kelas Boga. Setelah kegiatan ceramah kemudian dilanjutkan dengan simulasi pembuatan laporan keuangan sederhana untuk kegiatan bisnis serta diskusi yang direspon dengan penuh semangat dan antusias dari para siswa.

## **2.3. Tahap Akhir**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diakhiri dengan pembuatan laporan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat berdasarkan kegiatan selama pengabdian bersama mitra yaitu para wirausaha yang tergabung dalam Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) kelas Boga. Untuk melengkapi tahap ini dilakukan proses desiminasi yang merupakan proses penyebaran informasi dari kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk artikel yang dipublikasikan di jurnal pengabdian masyarakat.

### 3. Hasil dan Pembahasan

---

Sekolah Wirausaha Aisyiyah adalah salah satu program unggulan PDA Kebumen. Dalam pelaksanaannya, sekolah ini memiliki beberapa jurusan yaitu, boga, fashion dan konveksi, bisnis online, tata rias wajah dan hijab, serta pertanian, perikanan, dan peternakan. Untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian masyarakat diberikan kesempatan untuk mendampingi kelompok wirausaha Boga dalam hal penguatan konsep pemasaran Syariah dalam bisnis, pengemasan produk yang menarik, sehat, dan kekinian serta pengelolaan keuangan yang baik dalam kegiatan bisnis. Tiga tahapan pengabdian yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi, dan tahap akhir telah dilaksanakan dengan baik oleh tim pengabdian.

Tahap persiapan telah dilaksanakan dengan baik oleh tim pengabdian masyarakat. Survey lapangan yang berguna untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra pengabdian telah dilaksanakan dengan baik, pembuatan proposal yang berguna untuk memberikan rancangan solusi bagi permasalahan dan kebutuhan mitra pengabdian telah disusun dengan rapi, dan penentuan waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian berdasarkan kesepakatan antara tim pengabdian masyarakat dan mitra pengabdian juga telah dilaksanakan dengan baik. Untuk menunjang kelancaran kegiatan pengabdian masyarakat ini maka dilakukan persiapan materi ceramah dan konsep simulasinya sesuai dengan tema yang telah diminta oleh mitra pengabdian juga telah disiapkan dengan baik oleh masing-masing anggota tim pengabdian masyarakat.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat di kelas Boga Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen dilaksanakan dengan ceramah dan diskusi yang terdiri dari tiga sesi. Tim pengabdian masyarakat ini ada orang yaitu Titin Ekowati yang memaparkan tentang pemasaran syariah, Endah Pri Ariningsih yang memaparkan tentang pengemasan produk, dan Mahendra Galih Prasaja yang memaparkan tentang pengelolaan keuangan untuk bisnis. Setiap sesi, diakhiri dengan tanya jawab untuk mengetahui seberapa jauh tingkat pemahaman peserta pengabdian masyarakat ini dalam merespon materi yang telah disampaikan. Semua kegiatan ini telah dilaksanakan dengan baik oleh masing-masing anggota tim pengabdian masyarakat, dan pelaksanaannya juga berjalan kendala tanpa halangan apapun.

Materi pemasaran syariah seperti disajikan pada [Gambar 1](#) berkaitan dengan strategi pemasaran yang pernah dilakukan oleh Nabi Muhammad dalam menjalankan bisnis, diantaranya strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad ketika beliau menjalankan bisnis, dengan berpedoman pada Al Qur'an. Materi pengemasan produk meliputi strategi pengemasan produk makanan yang sehat dan kekinian, agar dapat meningkatkan daya tarik produk dan omzet penjualan produk. Materi pengelolaan keuangan bisnis meliputi strategi menyusun keuangan bisnis secara praktis untuk meningkatkan kinerja bisnis produk UKM.



**Gambar 1.** Ceramah dan Diskusi Pemasaran Syariah

**Gambar 1** menunjukkan kegiatan ceramah tentang penguatan konsep-konsep pemasaran Syariah yang dapat diaplikasikan dalam kegiatan bisnis para wirausaha yang tergabung dalam Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen kelas Boga. Setelah kegiatan ceramah kemudian dilanjutkan dengan kegiatan diskusi atau tanya jawab yang direspon dengan penuh semangat dan antusias dari para siswa. Diskusi pengemasan produk dapat ditampilkan pada **Gambar 2**.



**Gambar 2.** Ceramah dan Diskusi Pengemasan Produk

**Gambar 2** menunjukkan kegiatan ceramah tentang penguatan konsep pengemasan yang menarik, sehat, dan kekinian yang dapat diaplikasikan dalam kegiatan bisnis para wirausaha yang tergabung dalam Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen kelas Boga. Setelah kegiatan ceramah kemudian dilanjutkan dengan kegiatan diskusi atau tanya jawab yang direspon dengan penuh semangat dan antusias dari para siswa seperti ditunjukkan pada **Gambar 3**.



**Gambar 3.** Ceramah, Diskusi, dan Simulasi Pengelolaan Keuangan Bisnis

Kegiatan ceramah tentang penguatan konsep pengelolaan keuangan yang baik yang dapat diaplikasikan dalam kegiatan bisnis para wirausaha yang tergabung dalam Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen kelas Boga. Pengelolaan keuangan yang baik dapat dilihat jika pelaku usaha sudah memisahkan keuangan pribadi dan keuangan



usaha, selain itu pelaku usaha juga membuat catatan laporan keuangan secara tertib dan rapi. Sehingga dapat dilihat perkembangan usahanya dari sisi keuangan. Setelah kegiatan ceramah kemudian dilanjutkan dengan simulasi pembuatan laporan keuangan sederhana untuk kegiatan bisnis serta diskusi yang direspon dengan penuh semangat dan antusias dari para siswa seperti disajikan pada **Gambar 4**.



**Gambar 4.** Antusiasisme dan Keakraban antara Tim Pengabdian dan Mitra

Tahap akhir pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan dengan penyusunan laporan kegiatan pengabdian pada masyarakat untuk melengkapi administrasi kegiatan pengabdian. Selain itu juga telah ditulis artikel pengabdian masyarakat untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan pengabdian yang diterbitkan di jurnal pengabdian masyarakat.

## **4. Kesimpulan**

---

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada penguatan konsep-konsep manajemen seperti pemasaran berbasis Syariah, pengemasan produk yang menarik, sehat, dan kekinian, serta pengelolaan keuangan untuk bisnis yang baik. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan bersama mitra pengabdian masyarakat yaitu para Wirausaha Muslim yang tergabung dalam Sekolah Wirausaha Aisyiyah kelas Boga. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam tiga sesi oleh masing-masing anggota tim, sudah terlaksana dengan baik. Hasilnya mitra pengabdian dapat memiliki pemahaman dan pengetahuan yang lebih baik tentang konsep-konsep manajemen, karena respon dan antusiasme dari mitra pengabdian untuk memahami materi yang disampaikan cukup tinggi. Pengabdian masyarakat dengan tema ini dapat dilaksanakan pada mitra pengabdian lain seperti kelompok industri rumah tangga, kelompok pedagang kaki lima, kelompok pedagang pasar tradisional dan sebagainya, sehingga dapat memperluas pemahaman konsep-konsep manajemen seperti pemasaran Syariah, pengemasan produk, dan pengelolaan keuangan bisnis dengan lebih baik.

## **Acknowledgement**

---

Ucapkan terima kasih kepada Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) Kebumen dan seluruh Wirausaha Muslim yang tergabung di dalamnya yang telah bersedia menjadi mitra pengabdian masyarakat ini.

## Daftar Pustaka

---

- Apriyanti, M.E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal Sosio e-kons.* 10(1).20-27.
- Ariyadi, A. (2018). Bisnis dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah.* 5(1), 13-26.
- Febriyanto, D.P., Soegiono, I., & Kristanto, A.B. (2019). Pemanfaatan Informasi Keuangan dan Akses Pembiayaan Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika.* 9(2). 147-160.
- Hardiyanto, F. (2020). Analisis Marketing Syariah Dalam Menghadapi Covid19: Studi Kasus Arpi Hijab Kuningan. *Jurnal Syntax Admiration.* 1(1). 23-32.
- Herawati, H. (2019). Pentingnya Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan. *JAZ : Jurnal Akuntansi Unihaz.* 2(1), 16-25.
- Indriyani, N. (2016). Perilaku Bisnis Muhammad SAW Sebagai Enterpreneur dalam Filsafat Ekonomi Islam. *Human Falah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam.* 3(1).154-259.
- Kalimah, S. (2018). Marketing Syariah: Studi Analisis Produk Kenzie di Gudo Jombang. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah.* 4(2). 1-29.
- Leli, M. (2019). Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam. *Jurnal At-Tasyri'iy.* 2(1).27-43.
- Margahana, H., & Triyanto, T., (2019). Membangun Tradisi Enterpreneurship Pada Masyarakat. *Edunomica.* 3(2). 300-309.
- Muslimin, S., Zaenab, Z., Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga dalam Perspektif Islam. *Al Azhar Journal of Islamic Economics.* 2(1).1-11.
- Nurmuizz, R., & Rosyadi, I. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Kopi Robusta dan Arabika Temanggung (Studi Kasus UMKM Kopi AS Temanggung). *Hasil Penelitian: Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- Putranti, H.R.D. & Suparmi, S. (2016). Pengaruh Kemasan Ramah Lingkungan dan Informasi Terhadap Minat Beli Ulang: Studi Konsumen AMDK Kota Semarang, *Prosiding Seminar Nasional Indocompaq.* Universitas Bakri. 87-98.
- Widiati, A. (2019). Peran Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di "Mas Pack" Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.* 8(2). 67-76.
- Yahya, A.B. (2020). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rosulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah.* 5(1).91-100.
- Zainal, V.R., Antonio, M.S., Hadad, M.D. (2014). Islamic Business Management: Praktik Manajemen Bisnis Yang Sesuai Syariah Islam. *Yogyakarta : BPFE.*