

EDUCATION OF SHARIA INVESTMENT INSTRUMENTS AND DIGITAL MARKETING AT PCM CIMANGGIS-TAPOS

Ash Shoffi Hana Fadhilah¹, Nur Chalik Azhar², Muhammad Tamul Fikri³

¹) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

²) Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik Industri dan Informatika,
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

³) Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
email: ashshoffi@uhamka.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pemahaman tentang investasi syariah dan pemasaran digital kepada warga lingkungan Pimpinan Cabang Muhammadiyah Cimanggis-Tapos. Tim dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Fakultas Teknologi Industri dan Informatika akan menyajikan materi dengan pendekatan edukatif yang menarik dan interaktif. Fokus kami adalah memberikan contoh konkret tentang bagaimana pengetahuan yang dipelajari dapat diterapkan dalam situasi nyata. Pengabdian masyarakat ini dilakukan secara offline dengan Metode pelaksanaan pelatihan, meliputi metode ceramah dilakukan dalam penyampaian materi dan sesi tanya jawab beserta berbagi cerita pengalaman. Upaya utama kami adalah memastikan bahwa para pengurus cabang memiliki kesiapan yang matang dalam mengelola keuangan melalui investasi syariah dan dapat memanfaatkan strategi pemasaran digital secara efektif. Hasil dari kegiatan pengabdian ini peserta antusias untuk memulai pengelolaan keuangan dan mendalami perbedaan investasi syariah maupun konvensional serta peserta menunjukkan respon positif dari pemilik usaha rumah tangga Hal ini khususnya relevan bagi pengurus dan anggota yang memiliki usaha di rumah atau home industries, di mana kami memberikan dukungan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi personal sekaligus memajukan organisasi dan komunitas secara keseluruhan. Dengan pendekatan ini, diharapkan peserta akan lebih siap dalam mengelola keuangan secara Islami dan menggunakan teknologi digital sebagai alat untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, baik pada tingkat individu maupun dalam lingkungan mereka.

Kata kunci: Edukasi; Instrumen Investasi Shari'ah; Pemasaran Digital

Abstract

This community service activity aims to provide an understanding of Sharia investment and digital marketing to residents of the Muhammadiyah Cimanggis-Tapos Branch. The team from the Faculty of Economics and Business and the Faculty of Industrial Technology and Informatics will present the material with an interesting, and interactive educational approach. We focus on providing concrete examples of how the knowledge learned can be applied in real situations. This community service is carried out offline with a training implementation method, including lecture methods in delivering material and question and answer sessions and sharing experience stories. Our main effort is to ensure that the branch administrators are well-prepared to manage finances through Sharia investments and can utilize digital marketing strategies effectively. As a result of this service activity, participants were enthusiastic to start financial management and explore the differences between Shariah and conventional investments, and participants showed a positive response from home business owners. This is especially relevant for administrators and members who own home industries, where we provide support to encourage personal economic growth while advancing the organization and community as a whole. With this approach, it is hoped that participants will be better equipped to manage finances in an Islamic manner and use digital technology as a tool to enhance economic growth, both at an individual level and within their communities.

Keywords: Education; Shariah Investment Instrument; Digital Marketing

PENDAHULUAN

Pendidikan memainkan peran penting dalam membekali masyarakat dengan keterampilan dan pengetahuan yang relevan dengan perkembangan zaman. Di era saat teknologi terus mengalami kemajuan yang pesat dan dunia investasi serta bisnis semakin kompleks, pemahaman mengenai instrumen investasi syariah dan strategi pemasaran digital menjadi sangat krusial. Pengetahuan mendalam tentang kedua aspek ini tidak hanya akan memberikan keunggulan finansial, tetapi juga

membentuk karakter yang bijak dan etis dalam mengelola sumber daya. Pimpinan Cabang Muhammadiyah Cimanggis - Tapos sebagai lembaga yang memiliki dampak besar dalam pengembangan komunitas, memiliki kesempatan strategis untuk memberikan kontribusi positif. Melalui edukasi mengenai investasi syariah dan pemasaran digital, diharapkan anggota Pimpinan Cabang Muhammadiyah Cimanggis - Tapos dapat memanfaatkan peluang dan mengelola sumber daya dengan lebih bijak.

Di era digital saat ini, terjadi lonjakan signifikan dalam penggunaan teknologi. Inovasi seperti teknologi blockchain, kecerdasan buatan, dan fintech telah membuka pintu untuk akses yang lebih mudah dan transparan terhadap investasi syariah dan keuangan syariah (Widiniarsih et al., 2023). Peningkatan kesadaran akan prinsip-prinsip keuangan syariah telah memicu minat yang semakin besar terhadap instrumen investasi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Data menunjukkan peningkatan signifikan dalam partisipasi di sektor keuangan syariah dalam beberapa tahun terakhir. Pemasaran digital telah menjadi elemen inti dalam pengembangan bisnis. Dengan aksesibilitas global dan jangkauan yang ditawarkan oleh platform digital, pemahaman tentang strategi pemasaran digital adalah keterampilan krusial untuk membuka peluang baru dalam bisnis (Susanti, 2020).

Menurut penelitian (Nugraheni & Alimin, 2022) pendidikan keuangan Islam memberikan dorongan pada pemberdayaan komunitas. (Sasa et al., 2021) menyoroti strategi pemasaran digital sebagai sarana pengembangan bisnis. (Arumsari et al., 2022) mendalami pengaruh prinsip syariah dalam pengambilan keputusan investasi, menelusuri implikasi etis investasi sesuai syariah dalam ekonomi modern, dan membahas integrasi prinsip syariah dalam pemasaran digital sebagai analisis perbandingan. (Putri & Herman, 2022) mengulas transformasi digital dalam layanan keuangan dan implikasinya terhadap investasi sesuai syariah, mengamati tren evolusi keuangan sesuai syariah dan dampaknya pada preferensi investasi.

METODE

Pengabdian masyarakat diselenggarakan pada akhir tahun tepatnya bulan Desember 2023 secara offline yang berlokasi di Musholla Nururrohman, Sukamaju Baru Tapos Depok. Pengabdian ini hasil kolaborasi antara pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan Fakultas Teknologi Industri dan Informatika, sekaligus dengan Pimoinan Cabang Muhammadiyah Cimanggis-Tapos. Kegiatan dilakukan melalui proses sebagai berikut:

- Tahap pertama dengan mengunjungi ketua PCM Cimanggis Tapos dan melakukan analisis situasi untuk kegiatan yang memungkinkan untuk diselenggarakan, diskusi dilanjutkan oleh ketua PCA dan hasil diskusi kegiatan dapat dilaksanakan dalam bentuk workshop. Kegiatan workshop disusun bersama oleh tim untuk skema keberlangsungan kegiatan dan penentuan waktu maupun tempat sesuai kesepakatan dengan pihak mitra.
- Pada tahap pelaksanaan workshop, tim memanfaatkan materi interaktif dan multimedia, seperti presentasi visual, video pendek, infografis, dan studi kasus nyata, bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai instrument investasi yang sesuai dengan Syariah. Presentasi visual berfungsi untuk menjelaskan konsep-konsep yang syariah yang kompleks melalui representasi grafis, sehingga memudahkan pemahaman. Video pendek ditayangkan agar menarik perhatian peserta terutama bagi yang lansia, menjelaskan prinsip-prinsip keuangan yang syariah dengan cara yang disederhanakan dan pemasaran berbasis digital. Kami memberikan contoh-contoh praktis dari jenis instrument investasi syariah dan proses sederhana digital marketing yang memudahkan untuk dipahami.



Gambar 1. Media yang digunakan

Studi kasus dan berbagi pengalaman merupakan alat yang efektif untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai instrumen investasi yang sesuai dengan Syariah dan pemasaran digital. Dalam konteks investasi yang sesuai dengan Syariah, studi kasus menyajikan skenario dunia nyata tentang implementasi yang berhasil. Studi kasus ini menyelidiki contoh-contoh spesifik di mana prinsip-prinsip Syariah diterapkan dalam strategi investasi, menunjukkan kepraktisan dan keefektifannya. Studi-studi ini memberikan wawasan tentang tantangan yang dihadapi, proses pengambilan keputusan, dan hasil yang diperoleh, sehingga memungkinkan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana prinsip-prinsip teoritis diterjemahkan ke dalam peluang investasi yang nyata. Hal serupa dalam pemasaran digital, berbagi pengalaman menjadi sangat berharga, dengan melibatkan narasi dan laporan langsung dari para profesional atau bisnis yang telah menavigasi ranah pemasaran digital. Peserta memberikan pemahaman yang bernuansa tentang seluk-beluk yang terlibat, seperti keterlibatan individu, manajemen, dan memanfaatkan platform digital secara efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan workshop bentuk dari program pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Edukasi Instrumen Investasi Syariah dan Digital Marketing PCM Cimanggis-Tapos” di Mushola Nururrohman. Proses pelaksanaan kegiatan melalui beberapa tahap proses, sebagai berikut:



Gambar 2. Suasana proses awal kegiatan

Tahap persiapan kami dimulai dengan pendekatan komprehensif yang melibatkan kunjungan dan diskusi dengan ketua PCM (Pimpinan Cabang Muhammadiyah). Hal ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan spesifik dan kegiatan yang sedang berlangsung dari para eksekutif dan anggota, menyelaraskan program kami untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya. Interaksi ini memfasilitasi pemahaman yang mendalam mengenai lanskap operasional PCM, sehingga memungkinkan kami untuk menyempurnakan workshop kami untuk memenuhi kebutuhan yang tepat. Bersamaan dengan itu, diskusi ekstensif juga dilakukan untuk menyusun rencana pelaksanaan, yang mencakup semua aspek yang diperlukan untuk mendukung proses workshop yang lancar. Hal ini mencakup mengatur alat media yang memadai, dan memastikan lingkungan yang kondusif bagi para peserta.



Gambar 3. Suasana proses penyampaian materi instrument investasi syariah

Proses pelaksanaan kegiatan, pada tahap ini kami menyampaikan materi pertama berkaitan dengan instrument investasi syariah. Pada materi ini membahas tentang pentingnya pengelolaan keuangan dalam islam, fatwa yang mendasari pasar modal syariah, prinsip-prinsip pasar modal syariah, jenis dari

produk investasi syariah dan kami juga menampilkan website tempat transaksi investasi. Penyampaian materi berlangsung sangat baik, peserta antusias dalam mempelajari beragam investasi diluar dari investasi yang biasa mereka rutin gunakan seperti investasi emas, tanah, bangunan dan kendaraan. Pada materi instrument investasi syariah diterapkan juga metode diskusi pengalaman bersama pengurus pimpinan cabang muhammadiyah. Materi kedua tentang digital marketing, materi ini diterima dengan sangat baik dikarenakan sebagian besar peserta berasal dari rumah tangga yang telah memiliki usaha di rumah dan memiliki keterbatasan terkait memasarkan produk secara luas.



Gambar 4. Suasana proses penyampaian materi digital marketing

Pada sesi digital marketing juga dilakukan sharing bersama pengurus mengenai kendala pemasaran seperti promosi masih dalam lingkup kecil atau kerabat dekat melalui media social dan penyelesaian masalah terkait pemasaran menggunakan media social. Kami juga memberikan penerapan pemasaran digital yang memudahkan pengguna baru dan pengguna usia lanjut. Pengurus pimpinan cabang Muhammadiyah aktif dan ikut serta dalam sesi tanya jawab hingga selesainya workshop pengabdian.



Gambar 5. Foto Bersama PCM Cimanggis-Tapos



Gambar 6. Foto Bersama PCA Cimanggis-Tapos

SIMPULAN

Workshop yang merupakan bagian dari program pelibatan masyarakat bertajuk "Edukasi Instrumen Investasi Syariah dan Pemasaran Digital untuk PCM Cimanggis-Tapos" yang diselenggarakan di Mushola Nururrohman ini telah melalui berbagai proses yang sangat teliti. Dimulai dengan persiapan yang matang termasuk konsultasi dengan pimpinan PCM untuk memahami kebutuhan mereka dan menyelaraskan program kami agar relevan dan efektif. Pelaksanaan workshop mencakup dua topik

utama: Instrumen investasi syariah dan pemasaran digital. Segmen investasi syariah membahas tentang manajemen keuangan dalam Islam, prinsip-prinsip pasar modal syariah, beragam produk investasi, dan demonstrasi praktis. Sesi pemasaran digital diterima dengan baik, terutama oleh para pengusaha rumahan yang menghadapi keterbatasan pemasaran, di mana sesi berbagi berfokus pada solusi media sosial dan strategi pemasaran digital yang disederhanakan. Para pemimpin PCM secara aktif terlibat dalam diskusi, berkontribusi pada workshop yang interaktif dan informatif. Secara keseluruhan, workshop pengabdian kepada masyarakat ini berhasil menggabungkan pengetahuan teoritis dengan pengalaman praktis, memberikan manfaat bagi para pengurus dan anggota PCM Cimanggis-Tapos yang mencari wawasan tentang investasi yang sesuai dengan Syariah dan strategi pemasaran digital untuk bisnis mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sampaikan terima kasih atas dukungan Universitas Muhammadiyah Prof DR. HAMKA dengan memberikan peluang dalam pengembangan dosen, kami juga mengucapkan terima kasih kepada pengurus dan anggota Pimpinan Cabang Muhammadiyah yang telah memberikan kami kesempatan Kerjasama dalam penyelenggaraan kegiatan tentang Edukasi Instrumen Investasi Syariah dan Digital Marketing. Terakhir, terima kasih kami ucapkan kepada rekan kerja Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan Fakultas Teknologi Industri dan Informatika beserta pihak luar yang telah berkontribusi dalam kolaborasi pengabdian tingkat fakultas karena telah banyak membantu hingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah terlaksana dengan sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Aguayo Torrez, M. V. (2021). Peningkatan Daya Jual UMKM Melalui Pemasaran Digital Di Desa Botubarani. 921419086.
- Arumsari, N. R., Ermawati, N., & Zainuri, M. (2022). Pendampingan Investasi Saham Syariah pada ASN di Lingkungan Satkordikcam Jepara. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 18. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.52321>
- Aspirandi, R. M., & Oktavian, D. D. (2019). Pelatihan Pasar Modal Syariah Pada Smk Al Hasan Panti Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 5(1), 66. https://doi.org/10.32528/pengabdian_iptek.v5i1.2162
- Dz., A. S. (2018). Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 63. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2813>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Nugraheni, P., & Alimin, I. N. (2022). Factors influencing PLS financing: the perspective of Indonesian Islamic banks employees. *PSU Research Review*, 6(2), 77–89. <https://doi.org/10.1108/PRR-07-2020-0022>
- Nuseir, M. T., El Refae, G. A., Aljumah, A., Alshurideh, M., Urabi, S., & Kurdi, B. Al. (2023). Digital Marketing Strategies and the Impact on Customer Experience: A Systematic Review. *Studies in Computational Intelligence*, 1056(March), 21–44. https://doi.org/10.1007/978-3-031-12382-5_2
- Pengajian, I. (2023). Socialization of Islamic Investment In Supporting The Economy Of Muslim Women ' S Group. 3(3), 195–200.
- Putri, T. M., & Herman, S. (2022). Pengaruh Model Penerimaan Teknologi dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Niat Transaksi Zakat , Infak , dan Sedekah (ZIS) Berbasis Digital (Studi Kasus Jabodetabek). *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 186–214.
- Sasa, S., Sapto Adi, D., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358–371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>

- Warsini, S., Masjono, A., & Aminah, I. (2011). Investasi Di Pasar Modal Sesuai Fatwa Mui No . 80 BAGI. 80.
- Widiniarsih, D. M., Kusnindar, A. A., & Utami, N. I. (2023). Pelatihan Investasi Syariah Melalui Sekolah Pasar Modal Bagi Generasi Milenial. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(2), 890–897. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i2.2670>
- Zaharman, Z., Novianti, S., & Arini, A. (2022). Pelatihan Sekolah Pasar Modal Syariah Untuk Berinvestasi Dimasa Pandemi Covid-19. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 254–258. <https://doi.org/10.54951/comsep.v3i2.305>