JUKESHUM
Jurnal Pengabdian Masyarakat
https://ojs.unhaj.ac.id/index.php/jukeshum/index

E-ISSN : 2774-4698
Vol. 6 No. 1, Januari 2026
Hal. 127-132

SOCIALIZATION OF MOSQUE-BASED MSME EMPOWERMENT THROUGH DIGITAL INNOVATION AT DARUL UMMAT MOSQUE, PATUMBAK, DELI SERDANG

SOSIALISASI PEMBERDAYAAN UMKM MASJID MELALUI INOVASI DIGITAL PADA MESJID DARUL UMMAT, PATUMBAK, DELI SERDANG

Nur Ainun[1*], Ratih Paramitha[2], Refli Renaldi[3]
[1]Universitas Haji Sumatera Utara, Medan, Indonesia
[2,]Politeknik Teknologi Kimia Industri Medan, Medan, Indonesia
[3]Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia
Email: nurainunnst65@gmail.com*, mitha25.paramitha@gmail.com, reflirenaldi@gmail.com
*Corresponding Author

Submitted: 3/10/2025	**Reviewed:** 26/12/2025	**Accepted:** 12/2/2026

ABSTRACT

Increasing the competitiveness of MSMEs is a strategic step that plays a very important role in ensuring business sustainability and local and national economic growth. Amidst the rapid development of the digital era, MSME actors are required to be able to adapt to market dynamics and optimize the use of digital-based innovation and technology. This community service activity aims to provide socialization on empowering mosque micro, small and medium enterprises (MSMEs) through digital innovation at the Darul Ummat Mosque, Patumbak, Deli Serdang, which is expected to expand market coverage, optimize operational efficiency, and increase competitiveness amidst increasingly tight economic competition. The method of this community service activity is carried out by conducting a direct visit to the Darul Ummat Mosque, Dusun VII, Marendal II Village, Patumbak District, Deli Serdang Regency. With the stages of the method used in this community service activity, it begins with identifying problems at the beginning of the activity in order to formulate existing problems, which will then be used as material for designing socialization materials for socialization participants. Then continued with conducting a field survey to the location of the community service implementation. The next step was an interview, discussion, and Q&A session with the MSME Mosque to identify existing problems. Based on the problems found, a literacy study was conducted to explore the material that would be used in the socialization process. The socialization activities were carried out using lectures, tutorials, and discussions. The implementation of this community service had a positive impact on the MSME Mosque Darul Ummat in increasing their business effectiveness. The innovation-based and digitalization-based approach program has made a positive contribution to the MSME Mosque Darul Ummat in optimizing the use of digital technology. Through this strategy, business actors are able to expand market access, increase the effectiveness of operational activities, and strengthen their competitive position amidst increasingly fierce economic competition. The implementation of e-commerce, digital marketing, and customer management systems has proven to be able to optimize business potential and customer management has proven effective in maximizing business potential while opening up wider business development opportunities for the MSME Mosque Darul Ummat.

Keywords: *MSMEs, Digital Innovation, Socialization*

ABSTRAK

Peningkatan daya saing UMKM merupakan langkah strategis yang sangat berperan penting dalam memastikan keberlajutan usaha serta pertumbuhan ekononi lokal dan nasional. Di tengah pesatnya perkembangan era digital, para pelaku UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri terhadap dinamika pasar serta mengoptimalkan pemanfaatan inovasi dan teknologi berbasis digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi tentang pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mesjid melalui inovasi digital di Mesjid Darul Ummat, Patumbak, Deli Serdang diharapkan mampu memperluas cakupan pasar, mengoptimalkan efisiensi operasional, serta meningkatkan daya saing ditengah persaingan ekonomi yang semakin ketat. Metode kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan melalukan kunjungan langsung ke Mesjid Darul Ummat Dusun VII, Desa Marendal II, Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang. Dengan tahapan metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini diawali dengan mengindentifikasikan masalah diawal kegiatan guna merumuskan permasalahan yang ada, yang kemudian akan digunakan sebagai bahan untuk merancang materi sosialisasi kepada peserta soalisasi. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan survei lapangan ke Lokasi pelaksanaan pengabdian. Yang selanjutnya dilakukan sesi wawancara, diskusi dan tanya jawab ke pihak UMKM Mesjid untuk mengidentifikasikan permasalahan yang ada. Berdasarkan permasalahan yan temukan kemudian dilakukan studi literasi untuk menggali materi yang akan digunakan dalam proses sosialisasi. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dilakukan dengan metode ceramah, tutorial dan diskusi. Pelaksanaan pengabdian Masyarakat ini memberikan dampak positif bagi UMKM Mesjid Darul Ummat dalam meningkatkan efektivitas bisnis mereka. Program pendekatan berbasis inovasi dan digitalisasi telah memberikan kontribusi positif bagi UMKM Mesjid Darul Ummat dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital. melalui strategi tersebut, pelaku usaha mampu memperluas akses pasar, meningkatkan efektivitas kegiatan operasional, dan memperkuat posisi kompetitif ditengah persaingan ekonomi yang semakin ketat. Implementasi e-commerce, pemasaran digital, dan sistem manajemen pelanggan terbukti mampu mengoptimalkan potensi bisnis dan pengelolaan pelanggan terbukti efektif dalam memaksimalkan potensi usaha sekaligus membuka peluang pengembangan bisnis yang lebih luas bagi UMKM Mesjid Darul Ummat.

Kata Kunci: UMKM, Inovasi digital, Sosialisasi

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan mengingkatkan pendapatan masyarakat. Hal didukung karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia (Sofyan, 2017). Peranan UMKM dipandang sebagai media pemulihan ekonomi nasional karena memberikan sumbangan yang siginifikan pada PDM maupun penyerapan tenaga kerja. UMKM berperan besar dalam mengurangi tingkat pengangguran, karena UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja di Indonesia. Selain sebagai alternatif penyedia lapangan pekerjaan, UMKM berperan dalam mendorong laju pertumbuhuan ekonomi dan juga sebagai pengentas kemiskinan (Kurniawan & Fauziah, 2014).

UMKM menghadapi keadaan yang cukup sulit ditengah perubahan lingkungan bisnis. Besarnya arus perdagangan bebas berskala nasional maupun internasional secara tidak langsung menciptakan persaingan dagang yang ketat (Romadhoni et al., 2022). Tidak sedikit UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam aspek pemasaran, akses permodalan, dan penguatan kapasitas usaha. Tantangan UMKM di tengah masifnya perkembangan ekonomi digital menuntut pada pelaku UMKM melek akan teknologi digital. (Simangunsong, 2022). minimnya pemahaman dan kemampuan dalam mengembangkan inovasi menyebabkan banyak pelaku UMKM terjebak pada pola bisnis lama yang kurang relevan, menyebabkan kesulitan dalam bersaing dengan UMKM lain.

Akibatnya berubahan tren pasar dan kompetitor yang lebih inovatif akan memiliki daya saing yang lebih unggul. sehingga inovasi menjadi faktor penting dalam perkembangan UMKM.

Transformasi digital penting bagi UMKM untuk memaksimalkan potensi pertumbuhannya. Dengan menggunakan teknologi digital, seperti e-commerce, media sosial, dan platform pemasaran online, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisensi operasional dan memperkuat daya saingnya. Informasi pasar juga dapat diakses lebih mudah dengan digitalisasi, yang membuat UMKM dapat lebih responsif terhadap tren dan preferensi konsumen (Usman et al., 2024). Strategi pemasaran digital membantu UMKM mencapai cakupan pasar yang lebih besar dan meminalisir kegiatan diluar ruangan. Modal yang dikeluarkan jika menggunakan metode pemasaran digital juga reltif lebih rendah. Strategi pemasaran digital selain dapat mengatasi penurunan omset perusahaan juga dapat dapat meningkatkan *brand awareness* (Lianardo et al., 2022).

Kalangan UMKM dapat dengan cepat mengadopsi digitalisasi dengan adanya dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan maupun sektor swasta. Dimana dengan adanya pemberdayaan digitalisasi kepada pelaku UMKM bisa meningkatkan persaingan pada pasar domestik dan internasional, sehingga berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja yang luas, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. cara mengatasi hambatan tersebut, perlu adanya pendampingan terhadap pelaku UMKM. Bimbingan teknis dapat berdampak penting dari pada sekedar pelatihan, dikarenakan proses pendampingan bisa memberikan pengalaman langsung tentang penerapan teknologi digital. Melalu metode pendekatan ini, ditargerkan akan terbangun sistem UMKM yang Tangguh, inovatif serta berbasis digital.

Oleh karena itu, diperlukan program pengabdian kepada Masyarakat yang bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada UMKM Mesjid Darul Ummat Patumbak. Melalui program ini, diharapkan UMKM dapat lebih memahami pentingnya inovasi dan digitalisasi dalam bisnis mereak serta mampu mengimplementasikan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saingnya di pasar lokal maupun global.

METODE

Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk tanya jawab, diskusi dan sosialisasi mengenai pemberdayaan UMKM masjid melalui inovasi digital. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Mesjid Darul Ummat Dusun VII, Desa Marendal II, Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang pada tanggal 19 November 2025.

Metode kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan melalukan kunjungan langsung ke Mesjid Darul Ummat Dusun VII, Desa Marendal II, Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang. Adapun metode tahapan metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian in adalah sebagai berikut:

1. Mengindentifikasikan masalah diawal kegiatan guna merumuskan permasalahan yang ada, yang kemudian akan digunakan sebagai bahan untuk merancang materi sosialisasi kepada peserta soalisasi.
2. Melakukan survei lapangan ke Lokasi pelaksanaan pengabdian. Yang selanjutnya dilakukan sesi wawancara, diskusi dan tanya jawab ke pihak UMKM Mesjid untuk mengidentifikasikan permasalahan yang ada.
3. Melakukan studi literasi untuk menggali materi yang akan digunakan dalam proses sosialisasi.
4. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode ceramah, tutorial dan diskusi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan kemampuan bersaing UMKM merupakan langkah strategis yang sangat berperan penting dalam memastikan keberlajutan usaha sekaligus mendukung pertumbuhan ekononi lokal dan nasional. Di era digital yang berkembang pesat, pelaku UMKM dituntuk dapat beradaptasi dengan perubahan pasar yang dinamis dan juga dapat memanfaatkan inovasi dan teknologi digital.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan survei lansung ke UMKM Mesjid Darul Ummat Patumbak, dimana dari hasil suvei ini ditemukan sejumlah kendala dalam perkembangan usaha di UMKM Mesjid Darul Ummat Patumbak. Dari hasil observasi dan wawancara didapat bahwa UMKM Mesjid Darul Ummat Patumbak memiliki tantangan yang signifikan dalam proses pemasaran, terutama karena kurangnya pengetahuan mengenai digital marketing yang dapat memperluas jaringan konsumen. Selain masalah dalam pengolahan dan branding, pelaku UMKM juga menunjukkan kurangnya pemahaman tentang digital marketing dan akses terhadap fasilitas alat serta teknologi yang diperlukan untuk pengembangan usaha. Hal ini menghambat daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, pendekatan yang lebih terarah dalam memberikan pelatuhan dan akses terhadap teknologi digitali sangat penting untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM Mesjid Darul Ummat Patumbak.

Berdasarkan permasalahan yan temukan, beberapa solusi dapat diterapkan untuk meningkatkan UMKM Mesjid Darul Ummat. Pertama, pentingnya diselenggarakan pelatihan tentang digital marketing untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara efektif di plaform digital. Kedua, memberikan bantuan dalam pengembangan branding dan kemasan produk sehingga dapat membantu menciptakan identitas yang kuat dan menarik.

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahapan kegiatan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan luaran berupa karya ilmiah.

a. Perencanaan sosialisasi
   Tim pelaksana pengabdian Masyarakat melakukan observasi langsung ke lokasi kegiatan dan melakukan pengenalan. Dari kegiatan ini tim pelaksana akan menggali keterlibatan Mesjid dalam melakukan pemberdayaan UMKM Mesjid sehingga dapat menetukan rumusan masalah yang nantinya dapat ditentukan tema pelatihan apa saya yang dibutuhkan oleh mitra.

b. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan
   Pelatihan dan pendampingan merupakan komponen krusial dalam mendukung peningkatan UMKM Mesjid Darul Ummat. Pelatihan yang dilaksanakan bukan hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juag manajemen operasional yang efisien. Pelatihan berbasis keterampilan praktis dapat meningkatkan produktivitas UMKM hingga 40% dalam waktu singkat (Nurhayati & Ardianingsih, 2021).

Pengambangan strategis digital marketing menjadi langkah krusial bagi UMKM Mesjid Darul Ummat dalam memasarkan produk secara online dan memperluas jangkauan pasar. Dengan membuat website yang informatif dan menarik, UMKM dapat memberikan informasi yang jelas mengenai produk, proses produksi, dan nilai-nilai yang diusung. Selain itu, pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook dapat meningkatkan interaksi langsung dengan konsumen., membangun komunitas, dan menciptakan loyalitas pelanggan. UMKM yang aktif dalam digital marketing dapat meningkatkan penjualan hingga 50% dalam waktu singkat, karena adanya kemudahan akses yang ditawarkan oleh platform digital.

Selain media sosial, e-commerce juga memiliki peran penting dalam pengembangan pemasaran digital. Dengan memiliki platform e-commerce, UMKM Mesjid Darul Ummat dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Penggunaan e-commerce dapat meningkatkan visibiltas produk dan mendatangkan konsumen baru, yang akan berkontribusi pada pertumbuhan pendapatan (Larasati, 2022).

Pelatihan yang diselenggarakan memberikan pengetahuan kepada peserta tentang bisnis online, pemasaran digital melalui platform marketplace. tahap selanjutnya pendampingan pembuatan akun marketplace. Pelatihan dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada peserta (Mondy & Martocchio, 2016). Peserta pelatihan mengimplementasikan pengetahuan serta keterampilan yang diperoleh untuk kegiatan mereka yaitu membangun akun marketplace sebagai media pemasaran produk perusahaan.



Gambar 1. Pelaksanaan pendampingan dan pelatihan inovasi digital

KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian Masyarakat dengan judul "Sosialisasi Pemberdayaan umkm masjid melalui inovasi digital pada Mesjid Darul Ummat, Patumbak, Deli Serdang" memberikan dampak positif bagi UMKM Mesjid Darul Ummat dalam meningkatkan efektivitas bisnis mereka. strategi inovasi dan digitalisasi turut mendorong UMKM Mesjid Darul Ummat untuk memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif sehingga mampu bersaing dalam iklim kompetisi ekonomi yang dinamis. Penerapan e-commerce, digital marketing, dan customer management system berperan dalam memperkuat potensi usaha serta mendukung perluasan jangkauan bisnis UMKM Mesjid Darul Ummat.

Sesuai dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Mesjid Darul Ummat berhasil menambah pengetahuan mitra tentang pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi untuk membantu pemasaran produk yang dihasilkan oleh mitra. Kendati hasil studi yang dilaksanakan menunjukkan bertambahnya wawasan mitra mengenai strategi pemasaran digital. Apabila dipandang perlu, maka pelatihan lanjutan kepada mitra untuk update beragam media pemasaran digital dapat diterapkan untuk memajukan penjualan produk mitra.

REFERENSI

Dessler, G. (2017). Human Resources Management. In *Pearson* (15th ed.).

Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. (2014). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan. *JKMP (Jurnal Kebijakan & Manajemen Publik)*, *2*(2), 165–176.

Larasati, N. (2022). Implementation of Government Regulation Policies towards the Empowerment of MSMEs. *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia*, *1*(1), 13–21.

Lianardo, S., Sartika, K. D., Prasetyawati, Y. R., & Cahyadi, R. A. (2022). Pendampingan Digital Marketing Untuk Pemberdayaan UMKM. *Journal of Servite*, *4*(2), 104–111.

Mondy, R. W., & Martocchio, J. J. (2016). Human Resource Management, Global Edition. In *Pearson Education Limited*.

Nurhayati, S., & Ardianingsih, A. (2021). Analisis digitalisasi pemasaran berbasis sosial media untuk meningkatkan daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Pekalongan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *24*(1).

Romadhoni, B., Akhmad, Khalid, I., & Muhsin, A. (2022). Pemberdayaan UMKM dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Gowa. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi)*, *6*(3), 1074–1088.

Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *JUREKA (Jurnal Ekonomi Pembangunan)*, *1*(1), 25–39.

Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, *11*(1), 33–64.

Sunarto, A., Putri, A. R., & Anggraini, A. (2025). Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Inovasi dan Digitalisasi pada UMKM Jaringan Wirausaha (Jawara) di Wilayah Bojongsari Depok. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, *5*(2), 514–523.

Usman, F., Syahran, Hidayat, N., Novita, M., & Tunaima, N. (2024). Digitalisasi Pemasaran dan Pemberdayaan UMKM: Upaya Meningkatkan Ekonomi Desa Liagu, Sekatak, Bulungan. *Community Engagement & Emergence Journal*, *5*(3), 387–398.