

Economic Improvement and MSME Empowerment Through Digitalization Of Marketing and The Concept Of Syar'i Capital In Sontang Village

Peningkatan Ekonomi dan Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi Pemasaran dan Konsep Permodalan Syar'i di Desa Sontang

Hamsal*¹, Hidayat*¹, Dafrizal Samsudin *², Al Sukri³, Eva Sundari⁴ Imam Hanafi⁵

1,1,4,5 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Riau

*2,3 Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau

*email hamsal@eco.uir.ac.id

Abstract

Economic Improvement and MSME Empowerment through Marketing Digitalization and Syar'i Capital Concept in Sontang Village. Sontang village, known as the center of fishing activities and salai fish production, faces conventional marketing challenges and fuel constraints that are not in line with syar'i principles. This Community Service activity aims to improve the economy and empower MSMEs through marketing digitalization strategies and the application of the concept of syar'i capital. Participatory methods are used to actively involve communities in decision-making processes and identify common solutions. Through lectures, discussions, and business training, it is hoped that the people of Sontang Village can stimulate their creativity in developing the economy. Digital marketing strategies, including the use of mass media and business training, will increase product visibility and public knowledge about digitalization. The importance of the concept of syar'i capital is conveyed through counseling, with a focus on avoiding the MAGHRIB principle. The ultimate goal of this activity is the realization of market expansion and an increase in MSME income, along with a just economy in accordance with Islamic principles. With the hope that this approach will have a positive impact, this abstract summarizes efforts to improve the welfare of the people of Sontang Village through economic innovation based on Islamic values.

Keywords: Marketing Digitalization, Syar'I Capitalization, Economic Empowerment.

Abstrak

Peningkatan Ekonomi dan Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi Pemasaran dan Konsep Permodalan Syar'i di Desa Sontang. Desa Sontang, yang dikenal sebagai pusat kegiatan nelayan dan produksi ikan salai, menghadapi tantangan pemasaran konvensional dan keterbatasan bahan bakar yang tidak sejalan dengan prinsip syar'i. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan ekonomi dan memberdayakan UMKM melalui strategi digitalisasi pemasaran dan penerapan konsep permodalan syar'i. Metode partisipatif digunakan untuk melibatkan aktif masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan identifikasi solusi bersama. Melalui ceramah, diskusi, dan pelatihan bisnis, diharapkan masyarakat Desa Sontang dapat menggalakan kreativitas mereka dalam mengembangkan perekonomian. Strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media massa dan pelatihan bisnis, akan meningkatkan visibilitas produk dan pengetahuan masyarakat tentang digitalisasi. Pentingnya konsep permodalan syar'i disampaikan melalui penyuluhan, dengan fokus pada penghindaran prinsip MAGHRIB. Tujuan akhir kegiatan ini adalah terwujudnya perluasan pasar dan peningkatan pendapatan UMKM, seiring dengan ekonomi yang berkeadilan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan harapan bahwa pendekatan ini akan membawa dampak positif, abstrak ini merangkum upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Sontang melalui inovasi ekonomi yang berbasis pada nilai-nilai Islam.

Kata kunci: Digitalisasi Pemasaran, Permodalan Syar'I, Pemberdayaan Ekonomi

1. PENDAHULUAN

Desa adalah suatu entitas hukum yang terdiri dari komunitas yang memiliki batas wilayah tertentu dan memiliki wewenang untuk mengatur dan mengurus kehidupan masyarakat di dalamnya. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat setempat,

dengan merujuk pada inisiatif masyarakat, hak asal usul, dan hak tradisional yang diakui, serta dihormati dalam kerangka sistem masyarakat Indonesia (Rahoveanu et al., 2022). Desa pintar adalah suatu konsep pengelolaan masyarakat yang mengintegrasikan digitalisasi ke dalam kegiatan sehari-hari mereka, tidak hanya mempengaruhi ekosistem geologi, tetapi juga berdampak pada aspek ekonomi dan sosial. Digitalisasi dianggap memungkinkan jika fasilitas jaringan komunikasi dan infrastruktur yang handal tersedia di daerah pedesaan. Adapun sumberdaya manusia dan tingkat pendidikan sebagai faktor kunci kesuksesan inisiatif ini, sekaligus sebagai kekuatan pendorong utama.

Dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 pasal 1 dijelaskan, Desa sebagai tempat kesatuan atau perkumpulan penduduk, memiliki wewenang mengatur dan melaksanakan tugasnya mensejahterakan penduduk. Badan yang berwenang melaksanakan tugas dan mengatur Lembaga Kemasyarakatan Desa, seperti Kepala Desa, Perangkat Desa, dan lembaga kemasyarakatan desa (Presiden, 2014).

Desa Sontang salah satu desa terletak di Kecamatan Bonai Darussalam Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. Secara demografis, letaknya tidak jauh dari Sungai Rokan. Mayoritas masyarakat berpenghasilan sebagai nelayan, dengan persentase 50 persen. Sisanya berasal dari sektor Perkebunan dan bekerja di Perusahaan, dengan persentase 50 persen.



Gambar 1. Penyuluhan kepada Pelaku UMKM Desa Sontang, Rokan Hulu.

Secara histories, Desa Sontang pernah mendapat julukan daerah penghasil ikan, karena letaknya berdekatan dengan aliran Sungai Rokan, sehingga masyarakat memanfaatkan potensi alam sebagai sumber mata pencaharian mereka. Menurut Nurman et al., (2023) meskipun masyarakat Desa Sontang mengalami kendala secara perekonomian, namun tidak mengurangi semangat mereka melakukan perbaikan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pokok (*basic needs*). Berbagai ancaman, tantangan dan hambatan yang dihadapi, masyarakat tetap bertahan dan tekun dalam menghadapi kesulitan menghadapi kesulitan ekonomi mereka.

Upaya yang dilakukan masyarakat Desa Sontang dalam menghadapi kesulitan ekonomi dengan cara membangun ekonomi kreatif. Mereka mengoptimalkan sumberdaya manusia agar mencapai stabilitas perekonomian. Meski ditemukan berbagai faktor penghambat, baik secara internal maupun eksternal, masyarakat tetap tekun dan bersemangat keluar dari problem ekonomi dengan menghadapi berbagai tantangan yang ada.

Secara eksternal, faktor penghambat bagi masyarakat seperti perubahan kondisi pasar atau kebijakan ekonomi. Adapun secara internal, seperti kurangnya akses ke sumberdaya. Berbagai hambatan yang ada, tidak membuat masyarakat Desa Sontang berputus asa. Sebaliknya, mereka mengambil langkah-langkah proaktif untuk meningkatkan daya tahan ekonomi yang sudah menjadi budaya mereka. Semangat kerjasama (kolaboratif) dan gotong royong modal dasar yang kuat bagi masyarakat dalam mengatasi kesulitan yang dihadapi.

Menurut Anggrahini & Rusdarti, (2022) hubungan yang baik antara produsen ikan asap untuk melakukan inovasi memproduksi dan pengenalan produk ikan asap serta pengelolaan keuangan harus ditingkatkan, termasuk penerapan sistem manajemen bisnis ikan asap.

Masyarakat Desa Sontang sadar akan pentingnya diversifikasi ekonomi. Mereka berupaya mengembangkan berbagai sektor ekonomi lokal, menciptakan peluang baru untuk penghasilan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, yakni dengan cara membudidayakan ikan salai atau ikan asap. Inisiatif ini bertujuan untuk mengurangi resiko kualitas ikan (membusuk). Sesuai dengan pendapat Akerina et al., (2023) bahwa ikan memiliki kecenderungan untuk cepat mengalami pembusukan. Oleh karena itu, diperlukan upaya pengolahan untuk mempertahankan kualitas produksinya. Salah satu metode yang dapat meningkatkan kualitas ikan adalah melalui proses pengasapan.

Dengan semangat pantang menyerah, masyarakat Desa Sontang bekerja keras untuk mencapai stabilitas ekonomi yang lebih baik melalui pengolahan ikan segar menjadi ikan asap atau ikan salai. Industri ikan asap merupakan salah satu sektor rumah tangga yang memiliki potensi besar. Dampaknya sangat signifikan dalam meningkatkan pembangunan ekonomi keluarga, terutama bagi masyarakat yang kurang mampu. Selain itu, industri ini juga berkontribusi secara positif dalam membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat (Sukamdani & Kholil, 2021).

Melalui Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), masyarakat Desa Sontang mengolah hasil tangkapan ikan (nelayan) menjadi ikan salai atau ikan asap. Secara valuasi, ikan salai memiliki nilai jual dan harga yang lebih tinggi dibandingkan ikan segar. Artinya, ikan salai memiliki *value added* dibandingkan ikan segar bagi konsumen. Menurut Hamsal & Hermanto (2022), nilai tambah adalah selisih antara nilai produk dengan nilai biaya bahan baku dan input lainnya, tidak termasuk tenaga kerja.

Meski demikian, harga jual ikan salai yang diproduksi UMKM bersifat fluktuatif. Hal ini dipengaruhi ketersediaan bahan baku (ikan segar) di masyarakat. Karena ikan salai yang diolah dan dijual kepada konsumen berasal dari ikan hasil tangkapan nelayan (warga setempat) di Sungai Rokan. Menurut salah satu pelaku UMKM, produksi ikan salai atau ikan asap jauh lebih menguntungkan dari pada ikan segar atau ikan basah. Hanya saja, produksi ikan salai selama ini terkendala dengan hasil tangkapan para nelayan yang belum mampu memenuhi permintaan konsumen di pasar (wawancara, September 2023). Dengan demikian, jelaslah bahwa kehadiran UMKM di masyarakat berdampak positif dalam bidang ekonomi, karena UMKM sebagai unit terkecil dari sebuah negara, dalam mewujudkan ketahanan ekonomi yang kuat, sehingga menciptakan dasar ekonomi negara yang kuat pula (Sasana et al., 2021).

Dalam memasarkan produk ikan salai, UMKM Desa Sontang tidak hanya mengandalkan pemasaran bersifat tradisional saja. UMKM mesti memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada, baik teknologi komunikasi maupun informasi sebagai sarana dalam pemasaran (*marketing*). Menurut Racovita et al., (2021) dan Husni Awali (2020) menjelaskan bahwa pemasaran bersifat elektronik (*e-marketing*) sesuai prosedur dan mekanismenya, berdampak positif terhadap hasil penjual produk UMKM di pasar. Dampak tersebut memungkinkan bagi pelaku UMKM secara terus menerus melakukan kegiatan produksi dan distribusi produknya kepada konsumen, di samping tetap memperhatikan *social distancing*. Pemanfaatan *e-marketing* melalui *platform online* dalam memasarkan ikan salai dapat dilakukan melalui *marketplace*. Langkah ini sangat terbukti dan dapat membantu dalam menghadapi tantangan pasar, sehingga diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian.

Dalam memasarkan produk ikan salai, masyarakat Desa Sontang juga harus memperhatikan beberapa hal, penetapan harga jual, tempat yang digunakan, sehingga aspek tersebut sangat menentukan produk diminat dan dicari konsumen. Hal ini sependapat dengan Nurman et al., (2023) dan Gidley & Palmer, (2021) bahwa bauran pemasaran juga dikenal sebagai *marketing mix*, adalah kumpulan instrumen pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk secara konsisten mencapai tujuan dalam pemasaran. Bauran ini terdiri dari empat unsur utama yang dikenal sebagai 4P, yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*). Pemasaran merupakan salah satu faktor penting

menghubungkan kebutuhan konsumen dengan kegiatan produksi yang dilakukan. Hal ini dilakukan, demi menjaga keberlangsungan perusahaan dalam melakukan kegiatan produksi. Varadarajan, (2010) mendefinisikan pemasaran adalah *“marketing is not only much broader than selling, it is not specialized activity at all. Marketing encompasses the entire business. It is the whole business seen from the point of view of its final result, that is, from the customer point of view.”*

Menurut Wang (2021), pemasaran produk tidak hanya terbatas pada penjualan atau penawaran kepada calon pembeli, tetapi juga mencakup jenis produk yang sesuai dan tepat serta dibutuhkan oleh konsumen. Selain aspek pemasaran, penetapan harga, pengaturan sistem distribusi, dan strategi promosi menjadi faktor menentukan minat konsumen atas suatu produk yang dipasarkan. Oleh karena itu, jika masyarakat setempat memiliki keterbatasan pemahaman terhadap penggunaan media sebagai alat pemasaran, perlu dilakukan pelatihan kepada masyarakat untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang pemasaran tersebut. Sependapat dengan CHAFFEY Dave, SMITH, (2022) bahwa pelatihan dan bimbingan memberi dampak positif dalam pemasaran secara digital (*digital marketing*). Melalui pelatihan akan terjadi peningkatan pengetahuan atau pemahaman, peningkatan keterampilan penggunaan *digital marketing*, sehingga penggunaannya dapat secara optimal.

Berdasarkan fenomena di atas, Tim Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam melakukan pengabdian kepada masyarakat dalam rangka memberikan pencerahan melalui ceramah dan diskusi. Kegiatan ini dilakukan bagian dari aplikasi Catur Dharma Perguruan Tinggi (Pengabdian kepada Masyarakat), sebagai bagian bentuk kepedulian terhadap kondisi masyarakat sekitar. Kegiatan dilakukan dengan cara menganalisis secara internal faktor-faktor yang memiliki kekuatan dan kelemahan usaha ikan asap atau ikan salai, kemudian melakukan analisis terhadap faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi usaha ikan asap, menganalisis strategi pengembangan produk ikan asap Desa Sontang dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat. Harapannya melalui pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan, usaha ikan salai di Desa Sontang mengalami perbaikan, sehingga kondisi ekonomi masyarakat pun mengalami peningkatan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di Desa Sontang Kecamatan Bonai Darussalam Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu tahun 2023. Penetapan lokasi pengabdian berdasarkan beberapa pertimbangan. Namun yang krusial karena aspek histories Desa Sontang sebagai Desa yang dijuluki penghasil ikan Sungai terbesar di Rokan Hulu Provinsi Riau. Metode pelaksanaan kegiatan PKM meliputi beberapa tahap, yaitu observasi, pelaksanaan, dokumen, dan wawancara.

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Metode
1	Pemaparan materi tentang definisi pengembangan Ekonomi Masyarakat demi masa depan keluarga dan masyarakat	Ceramah dan tanya jawab
2	Pemaparan materi tentang urgensi pengembangan ekonomi syariah dalam pengembangan ekonomi masyarakat	Ceramah dan tanya jawab

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melalui ceramah dan diskusi, bertujuan untuk menyampaikan strategi meningkatkan industri ikan asap yang diakui sebagai bagian penting dari warisan budaya yang membutuhkan dukungan berkelanjutan. Inisiatif ini sejalan dengan dorongan pengembangan ekonomi masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip Syariah. Pengembangan dilakukan dengan fokus pada aspek peningkatan nilai

dan kesejahteraan UMKM, serta nelayan lokal di Desa Sontang. Kegiatan ini bertujuan memberikan wawasan berharga tentang peluang pasar dalam industri ikan asap dan menyajikan metode pengembangan sesuai syariah. Tujuan utamanya adalah pengembangan produksi ikan salai dengan pengembangan konsep dan prinsip-prinsip ekonomi berdasarkan syariat Islam. Selanjutnya, diskusi meluas pada aspek minat masyarakat untuk mengkonsumsi ikan segar dan ikan kering sebagai makanan pendamping, terutama dalam hubungannya dengan nasi. Pendekatan holistik ini tidak hanya bertujuan untuk kemajuan ekonomi, tetapi juga terkait preferensi dan praktik diet masyarakat, sehingga berkontribusi pada strategi pembangunan yang bersifat komprehensif dan berkelanjutan.

Dalam paparan ceramah dijelaskan bahwa daging ikan memiliki komponen bergizi tinggi, melibatkan makronutrien dan mikronutrien esensial bagi kesehatan manusia, seperti protein, lemak, karbohidrat, vitamin, dan mineral. Protein sebagai komponen utama dalam ikan setelah air, menjadi sumber protein hewani. Kelebihannya terletak pada kemudahan pencernaan, serta kandungan asam amino esensial dan non-esensial yang penting bagi tubuh manusia. Asam amino esensial harus diperoleh dari luar melalui makanan, sementara asam amino non-esensial dapat dihasilkan dari dalam tubuh manusia sendiri. Pentingnya ikan sebagai sumber asam lemak omega-3 juga disoroti menjadikan ikan sebagai pilihan yang baik untuk memenuhi kebutuhan lemak sehat dalam pola makan. Dengan demikian, ceramah ini tidak hanya bertujuan untuk mempromosikan usaha ikan salai, tetapi juga meningkatkan pemahaman masyarakat akan manfaat kesehatan yang dapat diperoleh melalui konsumsi ikan secara berkelanjutan.

Tingkat kemakmuran ekonomi di kalangan masyarakat telah mengalami kemajuan dan perkembangan, di mana kebutuhan dasar setiap individu dalam masyarakat dapat terpenuhi. Seiring terpenuhinya kebutuhan pokok, ekonomi masyarakat mencapai tingkat kesejahteraan dan kemakmuran. Keadaan ini dapat diwujudkan melalui penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Contoh nyata dari situasi ini dapat ditemukan dalam sejarah, seperti pada masa pemerintahan Khalifah Umar Bin Abdul Aziz, di mana tingkat kemiskinan mencapai nol persen. Dengan demikian, pengembangan konsep ekonomi syariah dalam produksi ikan salah secara umum akan berdampak positif terhadap kondisi ekonomi masyarakat setempat.

Hasil dari kegiatan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) menunjukkan solusi terhadap berbagai permasalahan ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat selama ini. Untuk mencapai tujuan perekonomian menuju ekonomi yang bangkit dan berkembang, dapat diterapkan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Nelayan dan pelaku Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang pengolahan ikan salai sebaiknya memanfaatkan kemajuan teknologi dengan memperluas jangkauan pasar melalui jaringan internet, khususnya media sosial. Hal ini bertujuan agar produksi mereka dapat dikenal secara luas, tidak hanya sebatas masyarakat lokal di desa tempatan. Dengan adanya teknologi ini, telah terjadi dampak signifikan pada kehidupan manusia di berbagai aspek, terutama melibatkan internet marketer, narablog, blogger, dan sekarang toko online yang semakin mendapat perhatian dari konsumen dalam mencari produk yang mereka butuhkan (Febriantina et al., 2018). Dengan demikian, salah satu strategi untuk meningkatkan pendapatan adalah dengan memperluas pasar, sehingga semua produk dapat lebih dikenal dan Desa Sontang dapat menjadi destinasi wisata kuliner dari hasil sungai.
2. Pembangunan yang berpusat pada masyarakat sebagai subjek dan objek pengembangan inisiatif dan kreatifitas rakyat sebagai sumber utama dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat, sebagai tujuan yang harus kita capai. Pendapatan masyarakat sebagaimana pemikiran Londa (2017) bahwa menjadi yang penting diperhatikan adalah bagaimana peningkatan pendapatan masyarakat melalui program pemberdayaan. Ketika berbagai program pemberdayaan telah dilakukan, akan tetapi tidak memberikan dampak yang berarti bagi peningkatan pendapatan masyarakat.
3. Perlu ada fasilitas permodalan syariah dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Sontang. Konsep syariah yang dimaksud tidak sekedar terhidar dari praktek ribawi, tetapi juga bebas dari transaksi (akad) yang *bathil* dan *fasad*. Dengan

memperhatikan aspek tersebut usaha yang dijalankan mendapat keberkahan dan sebagai sarana meraih pahala dalam menjalaninya. Penelitian Siagian & Cahyono (2021) berwirausaha di bidang ekonomi kreatif pada masa pandemi Covid- 19 agar berjalan secara efektif dan efisien di antaranya adalah konsep promotion, service excellent customers rewards, afiliasi atau kemitraan dan modal sosial.

4. Implementasi konsep permodalan syariah, mesti didukung perangkat syariah yang lain seperti sistem politik Islam, Pendidikan Islam, Hukum Islam, dan yang lainnya. Pengamalan konsep Islam secara komprehensif, akan terwujud keadilan ekonomi di tengah-tengah ummat, terwujudnya kesejahteraan dan kemakmuran. Sebaliknya, akibat dari pengabaian akan ditemukan berbagai praktek kezhaliman dan pelanggaran terhadap hukum syara' (hukum Islam) Konsep yang ditawarkan Islam ini lebih adil dan tidak menzalimi orang lain (Rumahorbo et al., 2023)

Berdasarkan uraian di atas terlihat jelas bahwa masyarakat Desa Sontang memahami urgensi pemanfaatan kemajuan teknologi. Keberadaan teknologi dewasa ini sangat membantu mereka dalam meningkatkan kesejahteraan. Di sisi lain, jangkauan internet sangat membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka ke pasar, sehingga berdampak terhadap kesejahteraan masyarakat, khususnya pelaku UMKM.

Dalam melakukan aktivitas ekonomi terutama dari aspek pemasaran, masyarakat Desa Sontang memahami secara umum prinsip dan dasar ekonomi Islam. Konsep ekonomi yang berbasis pada al-Quran dan as-Sunnah Nabi SAW. Kombinasi antara konsep syariah dan kemajuan sarana prasarana teknologi yang ada, berpotensi dalam meningkatkan perekonomian (kesejahteraan) masyarakat setempat.

4. KESIMPULAN

Desa Sontang menyadari pentingnya pemanfaatan teknologi dalam kegiatan mereka. Dengan kemajuan teknologi, masyarakat nelayan Desa Sontang punya berpotensi memanfaatkan jaringan internet untuk memperluas pasar melalui media sosial. Upaya digitalisasi pemasaran menjadi kunci dalam meningkatkan visibilitas produk nelayan dan UMKM di pasar yang lebih luas. Permodalan, UMKM di Desa Sontang membutuhkan strategi permodalan yang sesuai dengan prinsip Islam, atau dikenal sebagai permodalan syariah. Dalam ini diharapkan dapat menjadi pendorong utama dalam menggerakkan roda ekonomi masyarakat setempat. Konsep permodalan syariah tidak hanya mencakup aspek finansial, tetapi juga diperkuat oleh prinsip-prinsip Islam yang terintegrasi, seperti sistem politik Islam, Pendidikan Islam, Hukum Islam, dan elemen-elemen lainnya.

Memberikan arah yang jelas terkait pentingnya menggabungkan teknologi untuk pemasaran, serta menerapkan prinsip permodalan syariah sebagai fondasi ekonomi yang berkelanjutan dan sesuai dengan nilai-nilai Islam di Desa Sontang. Melalui pendekatan ini, diharapkan masyarakat dapat mengembangkan usaha mereka secara berkesinambungan karena usaha tersebut menjadi usaha yang membudaya, mencapai keadilan ekonomi, dan berkontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi lokal secara keseluruhan. Nelayan di Desa Sontang memahami pentingnya pemanfaatan teknologi untuk kegiatan mereka.

Kemajuan teknologi masyarakat Desa Sontang dalam memanfaatkan jaringan internet dalam rangka memperluas pasar melalui media sosial. Untuk permodalan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) membuat strategi permodalan sesuai Islam (permodalan syariah) dalam rangka membangun perekonomian masyarakat Desa Sontang. Konsep permodalan syariah juga akan didukung oleh perangkat syariah (aturan Islam) lainnya, seperti sistem politik Islam, Pendidikan Islam, Hukum Islam, dan yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akerina, F. O., Kour, F., Amahorseja, A. L., Ada, R. R., & Simange, R. K. (2023). Fish Quality Analysis and Business Development of Fishery Products Processing in Titigogoli Village Morotai Island Regency. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1207(1), 012012. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1207/1/012012>
- Anggrahini, D. N., & Rusdarti. (2022). Strategy for Developing Smoked Fish Products in Increasing

- Business Revenue in North Semarang District. *Proceedings of the 6th International Conference on Science, Education and Technology (ISET 2020)*, 574(Iset 2020), 342–346. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211125.064>
- CHAFFEY Dave, SMITH, P. R. (2022). *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Taylor & Francis,.
- Febriantina, S., Nur Lutfiani, F., & Zein, N. (2018). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Guru. *Tadbir Muwahhid*, 2(2), 120. <https://doi.org/10.30997/jtm.v2i2.1313>
- Gidley, D., & Palmer, M. (2021). Institutional Work: A Review and Framework based on Semantic and Thematic Analysis. *M@n@gement*, 24(4), 49–63. <https://doi.org/10.37725/mgmt.v24.4579>
- Hamsal, H., & Hermanto, B. (2022). Analisis Biaya Produksi, Pendapatan, Efisiensi Dan Nilai Tambah Terhadap Pemasaran Pada Usaha Dagang. *Management Studies and ...*, 3(1), 254–272. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/442%0Ahttps://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/442/310>
- Husni Awali, F. R. (2020). URGENSI PEMANFAATAN E-MARKETING PADA KEBERLANGSUNGAN UMKM DI KOTA PEKALONGAN DI TENGAH DAMPAK COVID-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>
- Londa, F. M. G. T. dan V. Y. (2017). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan Di Desa Lolah Ii Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 1(1), 92–105.
- Nurman, N., Hamsal, H., & Fadli, M. (2023). Marketing Policy for Micro, Small, and Medium Enterprises Products After the COVID-19 Pandemic in Sontang Village, Bonai Darussalam District, Rokan Hulu Regency, Riau Indonesia (Study: Salai Fish Products (Smoked Fish)). *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(1), 12–20. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems1254>
- Presiden. (2014). DESA. *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA*, 1(1), 1–103. <https://doi.org/10.1145/2904081.2904088>
- Racovita, R. C., Secuianu, C., & Israel-Roming, F. (2021). Quantification and risk assessment of carcinogenic polycyclic aromatic hydrocarbons in retail smoked fish and smoked cheeses. *Food Control*, 121, 107586. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2020.107586>
- Rahoveanu, M. M. T., Serban, V., Zugravu, A. G., Rahoveanu, A. T., Cristea, D. S., Nechita, P., & Simionescu, C. S. (2022). Perspectives on Smart Villages from a Bibliometric Approach. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/su141710723>
- Rumahorbo, B. T., Abulais, D. M., Hamzah, H., Wambrau, D. Z. K., Ilmu, J., Kimia, J., Fisika, J., Biologi, J., & Matematika, J. (2023). *Peningkatan Kualitas Pengolahan Ikan Asap Program PKM di Kampung Hamadi Kota Jayapura*. 7(3), 59–64.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jiteksis.v3i1.212>
- Sukamdani, N., & Kholil, K. (2021). Scale Up Strategy of Smoked Fish Home Industry Using AHP and SAST: A Case Study in Kendal District, Central Java Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 22(2), 274–282. <https://doi.org/10.23917/jep.v22i2.15254>
- Varadarajan, R. (2010). Strategic marketing and marketing strategy: Domain, definition, fundamental issues and foundational premises. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(2), 119–140. <https://doi.org/10.1007/s11747-009-0176-7>
- Wang, C. L. (2021). New frontiers and future directions in interactive marketing: Inaugural Editorial. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(1), 1–9. <https://doi.org/10.1108/JRIM-03-2021-270>