



Dhuafa Mart's Strategy in Popularizing the Concept of Sharia Buying and Selling

Strategi Dhuafa Mart dalam Memasyarakatkan Konsep Jual Beli Syariah

**Saru Reza¹, Zubaidah Assyifa², Wahyu Febri Ramadhan Suidrman³,
Binda Rahma Cahyani⁴, Sela Hremawanti⁵**

^{1,3,4,5}Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

²Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Dhuafa Mart Air Tiris dengan sasaran utama konsumen yang berbelanja di lokasi tersebut. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman konsumen mengenai konsep jual beli berbasis syariah. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah diskusi interaktif, di mana konsumen diberikan pemaparan mengenai prinsip jual beli syariah, diikuti dengan sesi tanya jawab untuk memperdalam pemahaman mereka. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa konsumen yang mengikuti program ini memperoleh peningkatan pengetahuan mengenai transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah Islam. Lebih lanjut, penyampaian materi diharapkan dapat mendorong konsumen untuk mengimplementasikan praktik jual beli syariah dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Dengan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi, diharapkan tercipta lingkungan perdagangan yang lebih adil, transparan, serta memberikan manfaat bagi konsumen maupun pihak pengelola Dhuafa Mart.

Kata Kunci: dhuafa mart, bisnis syariah, jual beli murabahah.

Abstract

This community service was carried out at Dhuafa Mart Air Tiris with the main target being consumers who shop there. This activity aims to improve consumer understanding of the concept of sharia-based buying and selling. The method used in this activity is an interactive discussion, where consumers are explained the principles of sharia buying and selling, followed by a question and answer session to deepen their understanding. The activity results show that consumers who participate in this program gain increased knowledge about transactions that follow Islamic sharia principles. Furthermore, the delivery of the material is expected to encourage consumers to implement sharia buying and selling practices in their daily economic activities. By implementing sharia principles in transactions, it is hoped that a fairer, more transparent trading environment will be created, and will provide benefits for consumers and the management of Dhuafa Mart.

Keywords: dhuafa mart, sharia business, murabahah buying and selling.

*Corresponding Author

Email: saru.reza@universitaspahlawan.ac.id

Introduction

Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia semakin pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah. Salah satu sektor yang menjadi perhatian adalah perdagangan ritel, di mana praktik jual beli sering kali masih belum sepenuhnya mengacu pada prinsip Islam, seperti ketidakjelasan dalam akad, riba, dan unsur gharar (ketidakpastian) (Rizvi et al., 2020). Dalam konteks ini, Dhuafa Mart hadir sebagai salah satu solusi alternatif yang berupaya mengimplementasikan konsep jual beli syariah dalam operasional bisnis ritel. Sebagai lembaga usaha berbasis keumatan, Dhuafa Mart tidak hanya bertujuan untuk memberikan kemudahan akses terhadap barang kebutuhan pokok, tetapi juga mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya transaksi yang halal dan berkah (Mardan & Waldelmi, 2020). Namun, masih terdapat berbagai tantangan dalam upaya memasyarakatkan konsep jual beli syariah, mulai dari rendahnya pemahaman masyarakat hingga minimnya strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen Muslim agar lebih memilih sistem perdagangan berbasis syariah (Purwaningwulan, 2021).

Dhuafa Mart memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi ekonomi syariah di kalangan masyarakat, terutama bagi mereka yang selama ini lebih terbiasa dengan sistem perdagangan konvensional. Salah satu kendala utama dalam pengembangan konsep jual beli syariah adalah persepsi bahwa sistem ini lebih rumit dibandingkan dengan sistem konvensional yang sudah mengakar di masyarakat. Kurangnya pemahaman tentang manfaat transaksi berbasis syariah, baik dari segi keberkahan maupun aspek ekonomi jangka panjang, sering kali membuat masyarakat enggan beralih (Widiastuti et al., 2022). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif untuk tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat, tetapi juga membangun kepercayaan terhadap keberlanjutan sistem jual beli syariah yang diterapkan oleh Dhuafa Mart.

Melalui program pengabdian masyarakat ini, diharapkan ada peningkatan pemahaman mengenai berbagai akad dalam jual beli syariah, seperti murabahah, istishna', dan salam, sehingga masyarakat dapat lebih memahami mekanisme transaksi yang sesuai dengan prinsip Islam. Selain aspek edukasi, strategi pemasaran yang efektif juga menjadi faktor kunci dalam mendorong keberlanjutan Dhuafa Mart sebagai entitas bisnis syariah. Dalam era digital, penggunaan media sosial dan platform e-commerce berbasis syariah menjadi peluang yang harus dimanfaatkan untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Namun, implementasi strategi pemasaran berbasis syariah di Dhuafa Mart masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang memahami digital marketing berbasis syariah serta minimnya jaringan kemitraan dengan lembaga ekonomi Islam lainnya (Media et al., 2023).

Pengabdian masyarakat ini tidak hanya berfokus pada aspek edukasi dan pemasaran, tetapi juga mengidentifikasi tantangan internal yang dihadapi oleh Dhuafa Mart, seperti manajemen operasional, pengelolaan modal, serta keterlibatan komunitas dalam mendukung keberlanjutan usaha. Dengan pendekatan yang melibatkan akademisi, praktisi bisnis syariah, serta masyarakat umum, diharapkan program ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai jual beli syariah serta memperkuat posisi Dhuafa Mart sebagai model bisnis ritel berbasis syariah yang dapat direplikasi oleh usaha lain. Melalui program pengabdian masyarakat ini, akan dilakukan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap konsep jual beli syariah. Kegiatan ini meliputi sosialisasi, pelatihan, dan diskusi interaktif yang melibatkan pelaku usaha, akademisi, serta masyarakat umum. Selain itu, akan diadakan studi kasus dan simulasi transaksi syariah agar peserta dapat memahami langsung bagaimana jual beli syariah dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan pendekatan yang praktis dan berbasis pengalaman nyata, diharapkan program ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam serta mendorong masyarakat untuk bertransisi ke sistem jual beli yang lebih berkah dan sesuai dengan tuntunan Islam.

Method

Pelaksanaan kegiatan PKM Pendampingan Konsep Jual Beli Berdasarkan Syariah di Dhuafa Mart Air Tiris dilakukan melalui beberapa tahapan yang terstruktur. Tahapan pertama adalah identifikasi tingkat pengetahuan pemilik, karyawan, dan konsumen mengenai konsep jual beli berdasarkan syariah. Identifikasi ini dilakukan dengan metode tanya jawab secara langsung kepada pihak-pihak terkait untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mereka terhadap prinsip-prinsip syariah dalam transaksi jual beli. Dengan metode ini, tim pelaksana dapat memperoleh gambaran awal mengenai pemahaman yang sudah dimiliki oleh para pemilik dan konsumen Dhuafa Mart. Setelah tahap identifikasi, tim melanjutkan dengan analisis kebutuhan. Pada tahap ini, dilakukan kajian mengenai aspek-aspek yang masih perlu ditingkatkan dalam pemahaman pemilik, karyawan, dan konsumen terhadap konsep jual beli berdasarkan syariah. Analisis ini bertujuan untuk memastikan bahwa materi yang diberikan dalam kegiatan selanjutnya dapat disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, kegiatan pendampingan dapat memberikan manfaat yang optimal dan tepat sasaran bagi seluruh pihak yang terlibat.

Tahap berikutnya adalah penyampaian materi melalui diskusi yang disesuaikan dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi sebelumnya. Dalam sesi ini, peserta diberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip jual beli syariah, termasuk etika dalam bertransaksi, larangan riba, serta

pentingnya akad yang jelas dalam setiap transaksi. Setelah penyampaian materi, sesi diskusi ditutup dengan sesi tanya jawab untuk memastikan bahwa peserta benar-benar memahami konsep yang telah disampaikan. Dalam pelaksanaan PKM ini, terdapat beberapa tahapan utama yang dilakukan. Pertama adalah tahap persiapan, di mana dilakukan pengumpulan informasi awal mengenai tingkat pengetahuan pemilik, karyawan, dan konsumen Dhuafa Mart terkait konsep jual beli berdasarkan syariah. Setelah itu, dilakukan penetapan tema pengabdian masyarakat berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen. Penentuan tema ini penting untuk memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan relevan dan sesuai dengan kebutuhan target sasaran.

Tahap berikutnya adalah edukasi dan sosialisasi kepada konsumen Dhuafa Mart Air Tiris. Edukasi ini dilakukan melalui diskusi dan sesi tanya jawab yang membahas berbagai aspek jual beli dalam Islam. Dengan metode ini, diharapkan konsumen lebih memahami prinsip syariah yang harus diterapkan dalam aktivitas jual beli sehari-hari. Selain itu, edukasi ini juga memberikan wawasan kepada pemilik dan karyawan tentang bagaimana mereka dapat menerapkan konsep jual beli syariah dalam operasional bisnis mereka. Setelah seluruh tahapan pelaksanaan selesai, dilakukan proses evaluasi untuk menilai keberhasilan program. Evaluasi ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pemahaman peserta meningkat setelah mengikuti kegiatan pendampingan. Dengan adanya evaluasi ini, tim pelaksana dapat mengidentifikasi keberhasilan program serta aspek-aspek yang masih perlu ditingkatkan dalam kegiatan serupa di masa mendatang. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam memperkenalkan konsep jual beli berdasarkan syariah kepada konsumen, pemilik, dan karyawan Dhuafa Mart Air Tiris, sehingga dapat diterapkan dalam aktivitas perdagangan sehari-hari.

Result and Discussion

Pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat menunjukkan bahwa pemahaman pemilik, karyawan, dan konsumen terhadap konsep jual beli berbasis syariah masih bervariasi. Berdasarkan hasil identifikasi awal, diketahui bahwa sebagian besar pemilik dan karyawan memiliki pemahaman yang cukup mengenai prinsip jual beli dalam Islam, seperti larangan riba, gharar (ketidakpastian), dan keharusan adanya akad yang jelas. Namun, masih ditemukan beberapa konsumen yang kurang memahami perbedaan antara transaksi jual beli syariah dan konvensional. Hal ini menunjukkan perlunya upaya edukasi yang lebih intensif agar prinsip-prinsip syariah dalam perdagangan dapat dipahami dan diterapkan secara lebih luas. Strategi yang diterapkan oleh Dhuafa Mart dalam memasyarakatkan konsep jual beli syariah melibatkan beberapa tahapan penting.

Pertama, dilakukan sosialisasi kepada pemilik, karyawan, dan konsumen melalui diskusi interaktif. Dalam diskusi ini, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep jual beli yang sesuai dengan syariah, termasuk pentingnya akad yang jelas, kejujuran dalam transaksi, serta larangan terhadap praktik riba dan penipuan. Sosialisasi ini mendapatkan respons yang cukup positif, terutama dari konsumen yang tertarik untuk lebih memahami bagaimana transaksi mereka dapat sesuai dengan prinsip Islam. Selain itu, strategi lainnya adalah melalui pemasangan informasi edukatif di dalam toko, seperti banner, poster, dan selebaran yang menjelaskan konsep jual beli syariah secara ringkas dan mudah dipahami. Metode ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih praktis kepada konsumen, terutama bagi mereka yang mungkin belum memiliki kesempatan untuk mengikuti sesi diskusi. Dengan adanya media informasi yang tersedia secara visual, konsumen dapat dengan mudah memahami aturan-aturan syariah yang berlaku dalam transaksi di Dhuafa Mart. Strategi selanjutnya adalah peningkatan kualitas layanan berbasis syariah oleh karyawan Dhuafa Mart.



Gambar 1. Proses Pemantauan Kasir Duafa Mart

Keberhasilan strategi Dhuafa Mart dalam memasyarakatkan konsep jual beli syariah juga tidak terlepas dari komitmen manajemen dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek operasional bisnis. Salah satu langkah konkret yang dilakukan adalah dengan memastikan bahwa seluruh produk yang dijual memiliki kehalalan yang terjamin dan tidak mengandung unsur yang dilarang dalam Islam. Pemilihan pemasok dan mitra dagang pun

dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan aspek kehalalan dan etika bisnis syariah (Hassan & Osman, 2024). Selain itu, penerapan sistem pembayaran yang menghindari unsur riba, seperti penggunaan akad murabahah atau sistem jual beli tunai tanpa bunga, menjadi salah satu faktor yang semakin memperkuat identitas Dhuafa Mart sebagai pelopor jual beli syariah di lingkungan sekitar. Dhuafa Mart menjalin kerja sama dengan bank syariah untuk memfasilitasi transaksi keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam, seperti sistem pembayaran non-tunai berbasis akad syariah. Selain itu, keterlibatan ulama dan akademisi dalam beberapa sesi edukasi juga memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat. Dengan menghadirkan narasumber yang kredibel, konsumen merasa lebih yakin dan percaya terhadap pentingnya menerapkan prinsip jual beli syariah dalam kehidupan sehari-hari.

Dampak dari strategi yang diterapkan oleh Dhuafa Mart tidak hanya dirasakan oleh pelanggan, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan daya saing usaha itu sendiri. Dengan menerapkan sistem jual beli syariah secara konsisten, Dhuafa Mart berhasil menciptakan diferensiasi yang kuat dibandingkan dengan toko ritel konvensional lainnya. Keunggulan ini tidak hanya menarik konsumen Muslim yang memang mencari alternatif belanja sesuai syariah, tetapi juga membangun citra positif di masyarakat sebagai usaha yang berkomitmen terhadap nilai-nilai Islam. Kepercayaan yang meningkat dari pelanggan pun berdampak pada peningkatan loyalitas dan volume transaksi, sehingga secara tidak langsung juga memberikan keuntungan ekonomi bagi usaha tersebut. Meskipun strategi yang diterapkan telah menunjukkan hasil yang positif, terdapat beberapa tantangan yang masih perlu dihadapi dalam implementasi jual beli syariah di lingkungan ritel. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tingkat kesadaran sebagian masyarakat tentang pentingnya transaksi berbasis syariah.

Conclusion

Pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Dhuafa Mart Air Tiris, dapat disimpulkan bahwa strategi dalam memasyarakatkan konsep jual beli syariah telah memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan kesadaran konsumen, pemilik, serta karyawan. Melalui berbagai pendekatan, seperti edukasi langsung, sosialisasi melalui media informasi, serta peningkatan kualitas layanan berbasis syariah, Dhuafa Mart berhasil membangun lingkungan transaksi yang lebih sesuai dengan prinsip Islam. Konsumen mulai menunjukkan minat yang lebih besar terhadap konsep jual beli syariah, sementara pemilik dan karyawan semakin memahami pentingnya menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam kegiatan bisnis mereka. Strategi yang diterapkan, seperti diskusi interaktif, pemasangan informasi edukatif, serta pelatihan karyawan, terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman

masyarakat mengenai jual beli syariah. Selain itu, kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah dan tokoh agama turut berperan dalam memperkuat kepercayaan konsumen terhadap sistem transaksi berbasis syariah. Penerapan jual beli yang sesuai dengan prinsip Islam juga memberikan keunggulan kompetitif bagi Dhuafa Mart, menjadikannya sebagai salah satu ritel yang memiliki diferensiasi dibandingkan dengan toko konvensional lainnya. Jika praktik ini semakin meluas, maka akan semakin banyak masyarakat yang memahami dan menerapkan konsep jual beli syariah dalam kehidupan sehari-hari.

Reference

- Hassan, M., & Osman, L. (2024). Improving Integrity Halal Supplier in Food Supply Chain: Scoping Review. *Journal of Technology and Operations Management*. <https://doi.org/10.32890/jtom2024.19.1.3>.
- Mardan, A., & Waldelmi, I. (2020). Sharia Market and The Implementation of Sharia Selling and Buying System (A Case Study in Ulul Albab Market of Riau Province). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i1.3410>.
- Media, P., Sebagai, S., Pemasaran, S., Mahasiswa, U., Maqosid, P., Budiarsih, S., Yanuar, F., Rifai, A., & , P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Usaha Mahasiswa Prespektif Maqosid Syariah. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.717>.
- Purwaningwulan, M. (2021). The Implementation of Sharia Marketing Communication in The Muslim Fashion E-Commerce in Indonesia. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 24. <https://doi.org/10.20422/JPK.V24I1.720>.
- Rizvi, S., Narayan, P., Sakti, A., & Syarifuddin, F. (2020). Role of Islamic banks in Indonesian banking industry: an empirical exploration. *Pacific-Basin Finance Journal*. <https://doi.org/10.1016/J.PACFIN.2019.02.002>.
- Widiastuti, T., Sukmaningrum, P., Rani, L., Mustofa, M., & Ardiani, N. (2022). Economic Empowerment of Dhuafa Families Through Digital Business and Financial Management Based on Maqashid Sharia in Tambakrigadung, Lamongan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*. <https://doi.org/10.22146/jpkm.67976>.