

## Peran Digital Marketing dan Etika Bisnis Islam Dalam Melangkitkan Bisnis

Devy Arisandi<sup>a,1\*</sup>, Muhammad Taufiq Abadi<sup>a,2</sup>

<sup>a</sup> UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia

<sup>1</sup> [devy.arisandi@uingusdur.ac.id](mailto:devy.arisandi@uingusdur.ac.id)\*

\*korespondensi penulis

### Informasi artikel

Received: 2 Juli 2022;

Revised: 15 Juli 2022;

Accepted: 25 Juli 2022.

Kata-kata kunci:

Kepemimpinan:

Upah;

Kinerja Karyawan.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana peran dan strategi kampus doa (*Islamic Business School*) dalam melangkitkan bisnis para anggotanya dan menciptakan pengusaha yang berkarakter akhlakul karima melalui penerapan etika bisnis islami. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu penelitian dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi dalam pengambilan data. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Proses analisis data menggunakan teknik reduksi data, display data dan penarikan data-data sebelumnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Kampus doa dalam mencetak pengusaha yang sukses dan berkahlakul karima adalah dengan melaksanakan program pembeajaran terpadu, mentoring bertahap dan memfasiltasi anggota untuk membangun jaringan bisnis bersama-sama. Anggota pun merasakan adanya pengaruh dan peran yang signifikan kampus doa dalam kehidupan pribadi dan bisnis yang dijalankan. Peran tersebut berupa pemahaman mengenai digital marketing untuk melangkitkan bisnis dan pemahaman mengenai pentingnya berbisnis menggunakan etika islami. Namun pemahaman prinsip ini belum sepenuhnya dipahami dan diaplikasikan oleh semua anggota kampus doa.

Keywords:

Digital Marketing;

Etika Bisnis Islam;

Kampus Doa;

Bisnis:

### ABSTRACT

***The Role of Digital Marketing and Islamic Business Ethics in Skyrocketing Business.*** This research aims to analyze how the role and strategy of the prayer campus (*Islamic Business School*) in soaring the business of its members and creating entrepreneurs with akhlaqul karima character through the application of Islamic business ethics. This study uses qualitative research methods, namely research by conducting interviews, observation and documentation in data collection. The sampling technique in this study used purposive sampling. The process of data analysis using data reduction techniques, data display and withdrawal of previous data. The results of this study indicate that the strategy of the Prayer Campus in creating successful entrepreneurs and having good moral character is to carry out integrated learning programs, gradual mentoring and facilitating members to build business networks together. Members also feel the influence and significant role of the prayer campus in their personal and business lives. This role is in the form of an understanding of digital marketing to skyrocket business and an understanding of the importance of doing business using Islamic ethics. However, the understanding of this principle has not been fully understood and applied by all members of the prayer campus.

Copyright © 2022 (Devy Arisandi & Muhammad Taufiq Abadi). All Right Reserved

How to Cite : Arisandi, D., & Abadi, M. T. (2022). Peran Digital Marketing dan Etika Bisnis Islam Dalam Melangkitkan Bisnis. *Investasi : Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 50–56.

<https://doi.org/10.56393/investasi.v2i3.1336>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

## Pendahuluan

Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia bisa dibilang bertumbuh sangat pesat. Di pertengahan 2016, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai 57,9 juta (Herudiansyah et al., 2015). Menurut Deputi Bidang Produksi dan Pemasaran Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah sudah sangat potensial untuk bisa go international. Pemerintah sendiri sedang mendorong penuh agar para UKM tersebut bisa go international. Salah satu caranya dengan mengajarkan menggunakan internet yang menjadi salah satu cara memudahkan pemasaran hingga ke pasar internasional. Apalagi era bonus demografi yang segera Indonesia hadapi di tahun 2020-2035, akan menimbulkan dampak persaingan yang ketat. Jika, tidak ada dukungan pemangku kebijakan, UKM akan kalah bersaing dengan pesaing dari luar (Pratisti et al., 2022).

Sejalan dengan Siaran Pers No. 216/HM/KOMINFO/11/2017 mengenai Go Digital! Gerakan Nasional UKM Go Online tanggal 7 November 2017. Gerakan ini mendukung visi ekonomi Indonesia tahun 2020 ialah menjadi “The Digital Energy of Asia” dengan target pertumbuhan transaksi e-Commerce sebesar USD 130 Miliar. Dalam mengejar visi ini, menghadapi dua tantangan utama yang harus diselesaikan secara seimbang dan serentak yaitu globalisasi dan sistem ekonomi yang adil dan produktif, yang berpihak pada rakyat serta terjaminnya sistem insentif ekonomi yang adil dan mandiri (Husadha et al., 2020).

Sejalan dengan itu semua, salah satu strategi efektif dalam “menjaring” konsumen yakni digital marketing. Ini merupakan satu elemen penting yang dibutuhkan dalam dunia bisnis terkini. Digital marketing lantas kerap dimaknai sebagai satu cara promosi atau pemasaran sebuah produk maupun jasa melalui media digital (Awaluddin, 2015). Selama beberapa tahun terakhir, ini merupakan sebuah pendekatan kreatif baru bagi konsumen, terlebih untuk menciptakan kesan yang menyenangkan. Pesatnya perkembangan teknologi khususnya dalam bidang informasi telah menumbuhkan peluang berkreasi dan berinovasi dalam bisnis UKM.

Seiring dengan perubahan perilaku masyarakat yang lebih menaruh perhatian pada internet menjadi tantangan bagi UKM dalam memasarkan produk secara online. Konsumen lebih aktif mencari apa yang diinginkan menggunakan media online, karena dapat mengakses berbagai informasi lebih mudah dari sebelumnya. Adapun melalui digital marketing, semua pemilik usaha tidak melulu harus mempromosikan produk secara gambling (Kusuma Negara & Asriah Immawati, 2020). Pada intinya, digital marketing mampu mencakup kemampuan untuk melakukan banyak hal yang bisa menjangkau konsumen. Akhirnya pengalaman konsumen inilah yang lantas akan mengantarkan mereka pada *brand* maupun produk pemilik usaha. Dari segi pengenalan merek, *digital marketing* merupakan satu upaya membangun *brand awareness* (kesadaran merek), yang mendatangkan *revenue* (penjualan). Itu sebabnya, untuk menysasar konsumen dengan tepat, harus terlebih dahulu memahami media dan perilaku konsumen di dalamnya (Anggoro et al., 2020).

Salah satu komunitas pengusaha islami yang ada di pekalongan adalah kampus doa (doa islamic business school). Dengan membawa misi melahirkan para entrepreneur muda yang sukses bisnisnya serta mulia akhlaqnya. Program kampus doa bertujuan sebagai ajang memberikan manfaat kepada umat dan mencari ridho ilahi sesuai dengan jargonnya “riyadloh, skill, mindset, networking”

Berbeda dengan komunitas lainnya, kampus doa tidak hanya ingin mencetak wirausaha baru, tapi juga membangun keakraban dan kekeluargaan antar sesama anggota dengan menanamkan karakter takwa yang menjadi ruhnya seorang pengusaha islami serta pembangunan karakter bisnis yang beretika agar para anggotanya tangguh dan tahan banting dalam menjalankan bisnisnya dengan pembekalan ilmu bisnis yang dipadukan dengan nilai-nilai etika bisnis islami. Tujuan penelitian ini adalah pertama Untuk mengetahui strategi yang dilakukan kampus doa dalam melahirkan pengusaha yang tangguh dan sukses. Tujuan berikutnya Untuk mengetahui dan menganalisa peran kampus doa dalam menciptakan pengusaha berakhlakul karima. Dan ketiga Untuk mengetahui dan menganalisa peran kampus doa dalam bisnis yang dijalankan para anggotanya.

## Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pendiri Kampus Doa Business School (owner), beberapa coach dan anggota sekolah bisnis kampus doa pekalongan sesuai kriteria sampel penelitian. Sumber data dalam penelitian ini didapat langsung dari data primer melalui proses wawancara. Untuk menguji kredibilitas penelitian ini menggunakan member check. Metode akhir dalam penelitian ini adalah penarikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil reduksi dan penyajian data tentang strategi dan peran kampus doa Business School yang dilakukan sebelumnya.

## Hasil dan pembahasan

Peran Digital Marketing Dalam Melangkitkan Bisnis. Strategi digital marketing yang dilakukan oleh kampus doa dalam menciptakan pengusaha tangguh dan sukses adalah dengan tiga program unggulan, yaitu (Salis, 2019) : Entrepreneur for basic : Program ini Buat calon anggota yang ingin memulai usaha, memperbaiki usaha, meningkatkan usaha jauh lebih baik lagi. Setiap peserta akan mendapatkan fasilitas: 6x pertemuan + meal, Praktek riyadloh , open mindset, Bisnis Skill, Networking Bisnis, Internet Marketing Skill, Website Subdomain. Program ini diperuntukkan bagi calon anggota yang ingin memulai usaha, memperbaiki usaha dan meningkatkan usaha jauh lebih baik lagi. Program pertama ini bertujuan menumbuhkan minat dan passion anggota dalam memilih bisnis yang akan dijalankan, bagaimana perkembangannya sekarang dan berapa jumlah kompetitor disekitar yang mampu diidentifikasi. Kampus doa dalam hal ini memiliki peran untuk membantu para anggota untuk memilih bisnis yang sesuai dengan passion anggota. Sebagai contoh mas muryoto, anggota kampus doa beatch 3 yang memiliki passion di bidang konveksi (celana). Kampus doa membantu mengidentifikasi bagaimana perkembangan trend bisnis ini ke depan melalui tool google trend.

Dalam program entrepreneur for basic ini Setiap peserta akan mendapatkan fasilitas sebagai berikut: pertama ; 6x pertemuan + meal. Salah satu kelebihan yang ditawarkan kampus doa dalam program entrepreneur for basic ini adalah setiap pertemuan diadakan di lokasi yang berbeda-beda, mulai dari aula pertemuan Batik Pesisir Jl. Kemplong, No. 231 Wiradesa Pekalongan, lokasi kedua yaitu rumah makan Jagad yang terletak di jl. Urip sumoharjo buaran, gang 1, kota pekalongan. Kemudian resto BBJ (Bandeng Bakar Juwana) jl. Hayam Wuruk No. 1 Pekalongan dan lokasi terakhir adalah di hotel Dafam Jl. Urip Sumoharjo No. 53 Pekalongan. Hal ini bertujuan untuk memberikan nuansa belajar yang bervariasi dan tidak monoton, sehingga anggota nyaman dan mampu menerima seuruh materi dengan baik. Setiap anggota kampus doa wajib mengikuti pertemuan yang telah di jadwalkan selama 6 x. Materi yang diberikan diantaranya adalah praktik riyadloh, open mindset, bisnis skill, networking bisnis, fisibility studi dan internet marketing skill.

Kedua: Praktek riyadloh. Kata riyadhoh diambil dari bahasa arab yang mengandung arti latihan atau melatih diri, dalam riyadhoh yang diajarkan di kampus doa segenap anggota dilatih untuk membiasakan diri melaksanakan ibadah-ibadah mahdhoh dan ghairu mahadhoh. Dengan harapan ibadah ini menjadi kebiasaan setiap hari. Adapun praktik riyadhoh yang diajarkan adalah sebagai berikut : Menjaga dan melagengkan sholat tahajjud setiap malam. Menjaga keistiqomahan sholat subuh, dzuhur, ashar, maghrib dan isya lengkap dengan qabliyah dan ba'diyahnya, Menjaga dan mengamalkan baca surat Waaqi'ah dan al-mulk sesudah sholat ashar atau maghrib, Mengamalkan dan mengistiqomahkan sholat dhuha minimal 2 rakaat. Menurut Bp. Ahmad Masruri Spd.I, M.Pd (Owner Kampus doa) mengatakan bahwa salah satu cara agar bisnis kita dimudahkan dan di langgengkan adalah dengan jalan riyadhoh. Sebagai contoh riyadhoh sholat dhuha. Hal ini diwasiatkan nabi Muhammad SAW: "barangsiapa yang mengerjakan shalat fajar (subuh) berjamaah, kemudian ia (setelah selesai) duduk mengingat Allah hingga terbit matahari, lalu ia sholat dua rakaat (Dhuha), ia mendapatkan pahala seperti pahala haji dan umroh; sempurna, sempurna, sempurna." (HR. Tirmidzi dari Anas ra). Beliau juga menuturkan bahwa program kampus doa tidak hanya bertujuan untuk melangkitkan bisnis saja, tapi

---

bagaimana setiap anggota meskipun bisnisnya sudah terbang di level tinggi (melangit), namun tetap hatinya ada di bumi. Tidak merasa hebat, merasa sombong dan kufur atas nikmat yang telah Allah SWT limpahkan pada kita.

Ketiga; Open mindset. Dalam materi open mindset ini diajarkan 7 cara berfikir utama yang perlu dimiliki oleh pengusaha agar sukses dalam menjalankan bisnisnya. Tujuh mindset tersebut adalah : Berfikir positif, Berani gagal, Fokus, Siap kerja keras, Konsisten dan sabar, Komitmen, Pantang menyerah

Keempat; Bisnis Skill. Setiap orang yang terjun di dunia bisnis pasti menginginkan keberhasilan. Namun pada kenyataannya tidak semua pebisnis berhasil dalam menjalankan usahanya. Banyak hal bisa dijadikan indikator sukses atau gagalnya sebuah bisnis, namun semua sepakat bahwa bisnis yang sukses membutuhkan keterampilan yang tinggi, tidak hanya penguasaan pada ilmu saja. Tentunya keterampilan yang dimiliki setiap orang berbeda-beda. Ada yang menilai passion adalah yang utama, ada pula yang menganggap kerja keras adalah kunci keberhasilan bisnis. Apapun keterampilan yang dimiliki, dalam bisnis yang paling utama adalah membuat inovasi dan kreatifitas ke arah yang lebih baik. Berikut ini adalah beberapa keterampilan bisnis yang diajarkan di kampus doa; Berani berfikir beda, Mampu berkomunikasi dengan baik, Jadilah leader bukan manajer, Pantang menyerah, Keterampilan dalam pengelolaan aspek keuangan

Kelima; Networking Bisnis. Sebagai pengusaha pemula, networking atau jaringan adalah suatu kunci utama dalam menjalankan usaha, terlebih usaha yang dijalankan adalah usaha mikro. Dengan menjalin hubungan antara sesama pemilik usaha, kita akan mendapatkan banyak motivasi dan dukungan energi yang positif sehingga membuat kita semakin giat dalam menjalankan usahanya. Seperti kata salah seorang mentor kampus doa, Bp. Taufiq , yang merupakan seorang akademisi dan praktisi usaha “semua makhluk hidup yang memiliki spesies yang sama kan cenderung berkumpul dalam satu habitat, ayam kumpul dengan ayam, bebek kumpul dengan bebek, lele pun akan berkumpul dan berinteraksi dengan sesama lele. Jika semua makhluk ini berkumpul jadi satu, maka hanya ada di Lamongan Jaya”. Berikut ini adalah keuntungan membangun networking dalam bisnis; Menambah koneksi dan relasi, Membantu memecahkan persoalan yang sama, Mendapatkan ide dan strategi yang tidak pernah terfikirkan sebelumnya.

Ke enam; Internet Marketing Skill, Merupakan strategi pemasaran produk lewat internet dengan tujuan menjual, mempromosikan dan meningkatkan volume penjualan, serta mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk baik itu barang maupun jasa. Elemen-elemen dalam internet marketing : Website, E-commerce, Artikel SEO, Email marketing, Sosial media marketing, Website Subdomain

Entrepreneur expert : Program ini untuk calon anggota yang sudah punya usaha, sudah punya brand, merek supaya lebih dikenal, meningkatkan omzet dan profit. Paket kelas ini cocok sekali untuk pengusaha yang mau naik kelas. Selain mendapatkan materi Entrepreneur For Basic, mereka juga akan mendapatkan Website Full Domain dan Program Aplikasi pengelolaan manajemen barang dan keuangan Serta Coaching personal, Program Ini khusus untuk calon peserta yang ingin Privat Coaching untuk pengelolaan usahanya lebih maju lagi. Coaching ini bukan hanya untuk owner sebagai pemilik usaha, akan tetapi juga untuk team administrasi dan pemasaran. Sehingga Visi, Misi, dan tujuan dari Usaha mereka bisa terwujud lebih cepat dan terarah.

Peran Etika Bisnis Islam Dalam Melangkitkan Bisnis. Setelah melalui berbagai program yang dilaksanakan oleh kampus doa beberapa anggota mulai menjalankan usahanya dengan menerapkan berbagai skill yang telah diterima saat mengikuti program pertama. Namun sebelumnya para anggota ini juga dibekali dengan ilmu tentang etika bisnis islami.

Pertama, Nilai Illahiyyah (Ke-Tuhanan); Maksud dari nilai ini, titik berangkat dari Allah SWT, tujuan untuk mencari Ridho Allah SWT dan cara yang digunakan tidak bertentangan dengan sifat Allah SWT. Karena itu seorang muslim merasa ketika menanam, bekerja, ataupun berdagang, bahwa dengan amalnya itu ia beribadah kepada Allah. Semakin bertambah kebaikan amalnya, semakin

bertambah pula amalnya, semakin bertambah pula taqwa dan taqarrubnya kepada-Nya. Nilai ini sangat penting karena: (a) Bisnis Islam melayani aqidah “Ilahiyyah dalam arah dan tujuan”. Bisnis dalam pandangan Islam, bukanlah tujuan itu sendiri, tetapi merupakan kebutuhan bagi manusia dan sarana agar bisa hidup dan bekerja untuk mencapai tujuan yang tinggi. (b) Aqidah sebagai asas system Islam; Aqidah yang mengajakberfikir pada akal dan sesuai dengan fitrah, dalam menafsirkan keberadaan kehidupan ini. (c) Ilahiyyah sebagai pengawas Iman sebelum pengawas raja: Hati nurani seseorang tidak akan membiarkannya berbuat di luar norma yang ada. (d) Pentingnya iman dalam mengarahkan perbisnisan (Sosial & 2011, 2011).

Kedua, Nilai Akhlak; Bisnis dan akhlak tidak pernah terpisahkan, akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islam. Karena risalah Islam adalah risalah akhlak (Laba et al., n.d.). Ketiga, Nilai Kemanusiaan; Nilai ini ada sebagai jawaban dari Allah telah memuliakan manusia sebagai khalifah di bumi. Manusia merupakan tujuan kegiatan bisnis dan sekaligus sebagai sarana dan pelakunya. Makna kemanusiaan yang paling menonjol dalam bisnis Islam adalah peranannya dalam mewujudkan kehidupan yang baik bagi manusia. Keempat, Nilai Keseimbangan (Tawazun) bisnis syariah tercermin dalam keseimbangan yang ditegakkan oleh Islam diantara individu dan masyarakat, terdapat hak masing dari individu dan masyarakat secara utuh, dan adanya kewajiban dalam penunaian segala kewajibannya (Zamzam & Aravik, 2020). Dalam nilai ini, keseimbangan akan tampak dalam hal kepemilikan. Islam sangat mengakui kepemilikan untuk mengembangkan hartlarangan untuk mengabaikan harta, dan larangan untuk mendholimi harta orang lain (Fauzia, 2018).

Peran Kampus Doa Menciptakan Pengusaha Berakhlakul Karima. Setelah melalui serangkaian kelas pembelajaran dan program mentoring rutin oleh kampus doa beberapa anggota di pekalongan mulai mengaplikasikan ilmu yang didapat untuk diterapkan di bidang bisnis yang mereka geluti. Dalam hal ini kampus doa telah berperan menciptakan pengusaha yang menjalankan bisnisnya dengan menerapkan digital marketing dan etika bisnis islami, adapun diantaranya yakni :

Muryoto Owner “Kathok D&J”. mengungkapkan bahwa Bisnis yang digeluti pemuda asal kedungwuni ini adalah konveksi celana pendek dan celana panjang. Didirikan 5 tahun yang lalu oleh seorang mantan pegawai bank bernama Bapak Muryoto. Yang menarik dan menjadi keunggulan adalah visi menjadi perusahaan besar yang rendah hati dengan komitmen untuk selalu melibatkan Allah SWT dalam setiap kegiatan usaha yang dilakukan di Kathok D&J. Penjualan perminggu usaha ini mencapai 400 kodi. Ndan Mur, begitu beliau akrab di sapa, pernah bercerita bahwa dulu sebelum gabung dengan kampus doa bisnisnya arogan, dan tidak tertarget, Untuk mencapai penjualan 400 kodi dibutuhkan kerja yang luar biasa, setiap hari senin dan kamis beliau harus menjual barang dagangannya di pasar klewer solo dan di tanah abang jakarta. Hutangnya pun luar biasa agar tetap bisa berputar arus produksinya, angsuran 80 juta rupiah tiap bulan menjadi alternatifnya kala itu. Namun kini dengan banyak belajar bersama di kampus doa, beliau sudah bisa menjual 400 kodi hanya dengan menggunakan hp nadroidnya di rumah. Sangat mempermudah dan menghemat waktu dan biaya. Selain itu berkat pembelajaran spiritual yang di dapat kini beliau menjadi sosok pengusaha yang lancar bisnisnya, lancar pula ibadah dan sedekahnya.

Sulaiman Owner “Batik Sulmit”. Batik sulmit adalah toko batik yang menyediakan berbagai macam batik khas pekalongan terlengkap dan termurah sesuai dengan kebutuhan konsumen. Didirikan oleh Bapak Sulaiman 2 tahun yang lalu, dan terletak di gang 13 A sapuro kebulen kecamatan pekalongan barat. Kota pekalongan. Motivasi terbesar beliau menjadi pebisnis adalah menolong orang lain melalui gotong royong dan kerjasama, terbukti sekarang beliau sudah memiliki ratusan reseller yang tersebar di berbagai kota. Slogan beliau saat ini “mau jualan gak punya modal, Stop Jangan Galau. Batik sulmit Solusinya, koleksi barang melimpah, stok update”. Rata-rata penghasilan yang berhasil diraih adalah sebesar 30-40 juta rupiah sebulan. Dalam menjalankan bisnisnya bapak sulaiman menerapkan prinsip etika bisnis islami dengan mengutamakan kepuasan para pelanggan, melakukan good service excellence, dan tidak mematok harga yang terlalu tinggi.

Muhammad Nasrudin Owner “PT. NEM” PT. NEM adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang percetakan dan penerbita buku tulis. Terletak di perum, puri sejahtera asri 2, kamdir, wangandowo, kecamatan bojong kabupaten pekalongan. Bisnis ini merupakan bisnis milik bapak Muhammad Nasrudin Rahmat yang selain menjadi seorang pebisnis juga merupakan seorang dosen muda di kampus IAIN Pekalongan. Bisnis ini beliau dirikan 6 tahun yang lalu sebagai proses penguatan dan ekspansi atas materi-materi yang sering beliau ajarkan di kampus. Beliau melihat bahwa ada potensi yang sangat besar untuk bisnis percetakan ini, mengingat beliau adalah seorang akademisi. Melalui kampus doa ini beliau belajar untuk memulai usaha dari aspek permodalan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek sumber daya manusia dan aspek keuangan. Ada beberapa prinsip etika bisnis yang beliau terapkan yaitu membagikan sisa buku percetakan yang masih ada kepada sekolah-sekolah yang membutuhkan secara gratis.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peran kampus doa pekalongan dalam menciptakan pengusaha yang berahlakul karima didapat kesimpulan: pertama kampus doa memiliki tiga strategi dalam tujuannya menciptakan pengusaha yang tangguh dan sukses, strategi strategi tersebut adalah melaksanakan program bertahap yaitu entrepreneur for basic, entrepreneur expert dan coaching personal. Kampus doa juga berupaya memfasilitasi setiap anggotanya untuk bisa membangun jaringan dan kolaborasi bisnis dengan sesama anggota maupun dengan komunitas bisnis lainnya. Kedua Kampus doa berperan dalam mengajarkan beberapa prinsip etika bisnis islam kepada para anggota dan telah diterapkan dalam bisnis yang dijalani.

## Referensi

- Anggoro, D., (Jurnal, H. H.-J., & 2020, undefined. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UKM Guna Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal.Politeknik-Kebumen.Ac.Id*, 1(3), 384–391. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v1i3.345>
- Awaluddin, M. (2015). *Digital entrepreneurshift*. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=nxhIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=ukm+go+digital&ots=NSmXBXN88L&sig=CTzAMCm5dJtPnW47t7DaHJQ8bAA>
- Fauzia, I. (2018). *Etika bisnis dalam Islam*. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=hF4CEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=etik+a+bisnis+islam&ots=MvdRn-9y1w&sig=R0pAUp89vqVV0r7bFQ9C9sjx67Y>
- Herudiansyah, G., Candra, M., Abdi, R. P.-S., & 2019, undefined. (2015). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Jurnal.Um-Palembang.Ac.Id*, IX(2). [https://jurnal.um-palembang.ac.id/suluh\\_abdi/article/view/2296](https://jurnal.um-palembang.ac.id/suluh_abdi/article/view/2296)
- Husadha, C., Fadhli Nursal, M., Wahyu Setyawati, N., Manajemen, J., Ekonomi dan Bisnis, F., & Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi, U. (2020). Meningkatkan Gerakan UKM Naik Kelas dengan Go Digital bagi Pelaku Usaha Kecil dan Menengah. *Abdidas.Org*, 1(6). <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i6.151>
- Kusuma Negara, A., & Asriah Immawati, S. (2020). Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 64–81. <https://doi.org/10.35138/organu>
- Laba, M., Etika, T., Islam, B., Yusuf, A., Achmad, M., Latif, B., Program, ), Akuntansi, S., Jepara, S., Taman, J., Pekeng, S., & Jepara, T. (n.d.). Manajemen laba dalam tinjauan etika bisnis Islam. *Ejournal.Unisnu.Ac.Id*. Retrieved January 27, 2023, from <http://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/article/view/121>
- Pratisti, C., De Yusa, V., Fadhlurrahman Muti, R., Darmajaya, I., & Email, I. (2022). Penguatan Administrasi Ukm Melalui Pelatihan Aplikasi Buku Warung Di Kelurahan Batu Putuk, Kecamatan Teluk Betung Barat, Kota. *Ojs.Unsiq.Ac.Id*, 1(1), 33–36. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/sorot/article/view/2482>

- Salis, F. (2019). *Official Website KampusDoa.Com – Kampus Perubahan*. <https://kampusdoa.com/Sosial>, M. S.-W. J. P., & 2011, undefined. (2011). Etika bisnis Islami dalam praktek bisnis Rasulullah. *Journal. Walisongo.Ac.Id*, 19(1).  
<https://journal.walisongo.ac.id/index.php/walisongo/article/view/215>
- Zamzam, H., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. [https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=obfpDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=etika+bisnis+islam&ots=gy6SXPfwTK&sig=jpQBroZdXAGHfofLF6jZ1\\_TgIOE](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=obfpDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=etika+bisnis+islam&ots=gy6SXPfwTK&sig=jpQBroZdXAGHfofLF6jZ1_TgIOE)