

PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING BERBASIS SYARIAH PRODUK ANYAMAN BAHAN BAKU TANAMAN RESAM DESA MARO SEBO, JAMBI

Rafiqi¹ ; Riski Hernando² , Hendriyaldi³, Fitri Widiastuti⁴ , Dwi Hastuti⁵

Universitas Jambi , Indonesia
riskihernando@unja.ac.id

Abstract

Resam or paku andam is a type of nail that usually grows on roadside cliffs in the mountains and grows creeping. Who would have thought that resam plants that can interfere with the inhibition of the growth of other plants can now be used as raw materials in making woven crafts. The purpose of implementing community service in Maro Sebo Village, Muaro Jambi Regency, Jambi is none other than carrying out training and assistance in aspects of marketing based on sharia digital marketing and branding innovation. From the aspect of sharia digital marketing, mentoring and building a partner mindset to become a business person must follow technological developments and strategies in increasing sales in accordance with Islamic sharia prioritizing moral values and moral ethics. From the branding aspect, the team tried to strengthen the branding of woven resam products by innovating in order to get added value from the product and be able to penetrate the market not only known in the village, but already known by people outside Maro Sebo Village, Muaro Jambi Regency, Jambi.

Keywords: Digital Marketing, Sharia, Marketing Strategy.

Abstrak

Resam atau paku andam merupakan jenis paku yang biasa tumbuh pada tebing-tebing tepi jalan di pegunungan dan tumbuhnya menjalar. Siapa sangka tumbuhan resam yang dapat mengganggu terhambatnya pertumbuhan tumbuhan lain kini bisa dimanfaatkan menjadi bahan baku dalam pembuatan kerajinan anyaman. Adapun tujuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Maro Sebo Kabupaten Muaro Jambi, Jambi ini tidak lain adalah melaksanakan pelatihan dan pendampingan dalam aspek pemasara berbasis digital marketing syariah serta inovasi branding. Dari aspek digital marketing syariah dilaksanakan pendampingan dan membangun mindset mitra untuk menjadi pelaku bisnis harus mengikuti perkembangan teknologi serta strategi dalam meningkatkan penjualan yang sesuai dengan syariah Islam mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral. Dari aspek branding, tim mencoba dalam memperkuat branding produk anyaman resam dengan melakukan inovasi agar mendapatkan nilai tambah dari produk dan bisa menembus pasar tidak hanya dikenal di Desa saja, tetapi sudah bisa di kenal oleh masyarakat di luar Desa Maro Sebo Kabupaten Muaro Jambi, Jambi.

Kata kunci: Digital Marketing, Syariah, Strategi Marketing

PENDAHULUAN

Kabupaten Muaro Jambi terletak pada 1°51' - 2°01' Lintang Selatan dan 103°15' – 104°30' Bujur Timur dengan luas wilayah 5.246 km² dari luas

wilayah Provinsi Jambi. Kabupaten Muaro Jambi menempati posisi yang strategis baik dalam konstelasi internasional, nasional dan regional. Aksesibilitas yang tinggi dengan adanya lintasan jalur lintas timur menghubungkan Kabupaten Muaro Jambi dengan kota-kota utama di

Sumatera bagian timur dan Pulau Jawa. Kabupaten Muaro Jambi merupakan bagian dari wilayah Provinsi Jambi dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 54 Tahun 1999 sebagai pemekaran dari Kabupaten Batang Hari. Kabupaten ini terdiri dari 11 kecamatan, 5 kelurahan, dan 150 desa.

Salah satu desa di Kabupaten Muaro Jambi yang memiliki sumber daya alam hayati berupa tanaman perkebunan, tanaman hutan, perikanan, peternakan yang bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup warga desa, desa ini juga oleh Universitas Jambi menjadi salah satu desa prioritas sebagai Desa Laboratorium Terpadu (DLT) untuk bisa dikembangkan semua aktivitas baik oleh dosen maupun mahasiswa di dalam menjalankan aktivitas seperti program MBKM, penelitian, pengaduan kepada masyarakat, magang, KKN, dan aktivitas lainnya.

Berdasarkan survey awal ke lokasi Desa Maro Sebo ini, tim menemukan tanaman resam atau sering di kenal dengan istilah paku andam banyak sekali di temukan di desa ini. Tanaman ini merupakan jenis paku yang biasa tumbuh pada tebing-tebing di tepi jalan dan tumbuhannya menjalar. Siapa sangka, oleh masyarakat Desa Maro Sebo, mereka memanfaatkan tanaman resam ini untuk di olah menjadi barang yang memiliki fungsi dan menjadi nilai tambah bagi masyarakat desa (Amin et al., 2021).



Gambar. 1 Tanaman Resam

Di ketahui bahwa, pencetus utama yang membuat kerajinan anyaman berbahan baku resam ini adalah warga Desa Maro Sebo. Bersama warga lainnya hasil yang bisa di buat dari tumbuhan resam ini adalah berupa gelang, topi, vas bunga, topi, piring, dan masih banyak lainnya.



Gambar. 2 Kerajinan Berbahan Resam

Akan tetapi, tim menemukan permasalahan yang dihadapi oleh mitra ini tidak lain adalah bagaimana produk olahan dari tanaman resam ini bisa di jual dan memiliki branding kuat yang mudah di ingat konsumen sehingga ketika ada kompetitor maka tidak akan begitu berpengaruh pada pasar dan pemasarannya pun sesuai dengan konsep syariah yaitu jalan yang jelas yang ditunjukkan Allah kepada umat manusia, sesuai dengan hukum dan ketentuan dalam agama Islam dengan tujuan agar umat manusia tidak tersesat dalam hidup, baik di dunia maupun di akhirat.

Hal ini menjadi prioritas permasalahan yang hendak dibantu oleh tim, upaya tim membantu mitra antara lain melakukan aktivitas pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran berbasis digital marketing syariah dan perbaikan branding kepada mitra untuk mampu melihat peluang pasar sehingga memiliki daya saing usaha pada masa kompetitif ini, selain itu, tim mencoba membangun mindset kepada mitra untuk menjadi seorang pelaku bisnis mengikuti perkembangan teknologi

tanpa melupakan konsep syariah (Lendriyono et al., 2021).

Dalam dunia bisnis, penerapan teknologi digital saat ini sudah menjadi suatu keharusan. Pelaku usaha memanfaatkan teknologi digital untuk menambah penghasilan sekaligus mempromosikan produk kepada konsumen, akan tetapi konsep penerapan digital marketing syariah, respon pelaku usaha masih dikatakan belum diterapkan secara maksimal. Kegiatan usaha dalam kacamata islam memiliki etika yang senantiasa memelihara kejernihan aturan agama (syariat) yang jauh dari keserakahan dan egoisme (Ali et al., 2022).

Menurut prinsip syariah, kegiatan marketing harus dilandasi dan berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan sendiri. Etika dalam digital marketing secara syariah saat ini masih banyak pelaku bisnis dalam menyampaikan pesan informasi produk belum sesuai dengan produk aslinya dikarenakan dari pola kegiatan marketing secara tidak etis, dan tidak profesional.

Hal inilah yang membuat tim mencoba melaksanakan pendampingan, membangun mindset mitra bahwa dalam aktivitas marketing perlu ditanamkan prinsip religius, beretika, realistis dan menunjung tinggi nilai kemanusiaan. Dengan penerapan digital marketing secara syariah, diharapkan para pelaku bisnis meyakini, menyadari bahwa perbuatan yang dilakukan dengan implementasi digital marketing syariah ini mengandung nilai religiusm beretika, realistis, dan menunjung tinggi nilai kemanusiaan demi terciptanya kemashlatan umat, serta dengan digital marketing secara syariah meyakini perbuatan seseorang di mintai pertanggung jawabannya kelak (Cuciana, 2021).

METODE

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah ibu-ibu dan remaja putri Desa Maro Sebo. Pendekatan yang digunakan dalam aktivitas kegiatan ini adalah pendekatan sosial dan partisipatif. Melalui pendekatan ini, dirasa paling tepat karena sesuai dengan karakteristik mitra.

Metode yang digunakan adalah dalam bentuk pemberian pelatihan dan pendampingan usaha (praktek dan konsultasi bisnis). Diharapkan melalui kegiatan ini, tumbuh kemandirian mitra untuk menghadapi dan memecahkan permasalahan di dalam menjalankan bisnisnya di masa akan datang. Adapun metode per solusi dan target sasaran dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel. 1 Pelaksanaan Kegiatan PPM

Aspek	Solusi Penyelesaian Masalah	Metode Pelaksanaan
Digital Marketing	Marketing melalui media sosial yaitu IG, WhatsApp	Sharing experiene
Syariah	Jual Beli yang bersifat amanah (murabahah) Jual Beli dimana aktivitas nya harus dipesan terlebih dahulu dengan kriteria yang jelas (istishna')	Diskusi interaktif
Branding	Mengidentifikasi kendala, kesulitan dalam branding	Merancang branding

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Maro Sebo Kabupaten Muaro Jambi, Jambi. Kegiatan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang sudah didiskusikan antara tim dan mitra. Setelah waktu pelaksanaan disepakati, tim menyusun beberapa rencana kegiatan pengabdian

kepada masyarakat antara lain pelatihan memberikan pelatihan dalam menambah keterampilan dan pengetahuan terkait digital marketing, diskusi terkait pemasaran syariah, dan merancang branding sesuai dengan produk yang dihasilkan (Wirakusuma, 2014).

Dalam proses pelaksanaan pelatihan, *sharing experience*, merancang branding Kegiatan PPM ini dalam melaksanakan dilakukan pendekatan dengan cara :

- a. Mengidentifikasi masalah, kesulitan ataupun hambatan riil yang dihadapi oleh mitra dalam mengembangkan usahanya yang selama ini terkendala oleh metode pemasaran yang masih menggunakan cara konvensional.
- b. Melakukan pendataan masalah melalui interview mendalam dengan pelaku usaha baik dari manajemen usaha, digitalisasi, konsep syariah dan pemasaran produk
- c. Melakukan *sharing experience*, diskusi interaktif dengan mitra untuk mencari solusi bersama dengan mengenalkan metode-metode pemasaran modern tanpa menghilangkan konsep syariah untuk peningkatan pendapatan
- d. Merancang metode pemasaran yang tepat sesuai kebutuhan, kemampuan dan pemahaman mitra sehingga dapat di implementasikan dengan mudah sesuai kebutuhan dan kemampuan mitra
- e. Melakukan edukasi dan pendampingan dalam

menerapkan sistm pemasaran syariah berbasis digital sesuai kebutuhan, kemampuan dan pemahaman dari mitra sehingga secara mandiri bisa mengaplikasikannya dalam usahanya.



SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Maro Sebo Kabupaten Muaro Jambi, Jambi. Kegiatan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang sudah didiskusikan antara tim dan mitra. Setelah waktu pelaksanaan disepakati, tim menyusun beberapa rencana kegiatan pengabdian kepada masyarakat antara lain pelatihan memberikan pelatihan dalam menambah keterampilan dan pengetahuan terkait digital marketing, diskusi terkait pemasaran syariah, dan merancang branding sesuai dengan produk yang dihasilkan.

Dalam proses pelaksanaan pelatihan, *sharing experience*, merancang branding Kegiatan PPM ini telah menyelesaikan kegiatan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Persiapan: dimulai dari observasi terhadap para ibu-ibu pengrajin anyaman dan kelompok remaja putri yang berada di wilayah Desa Maro Sebo, melakukan pendekatan individual, koordinasi dengan mitra, penentuan waktu pelaksanaan, dan persiapan pelatihan dan pendampingan.
- b. Pelaksanaan: Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini akan

dilakukan melibatkan seluruh pengelola kelompok pengrajin anyaman yang berada di Kawasan Desa Maro Sebo dan pendampingan dan pelatihan merancang branding dengan melakukan demonstrasi langsung dan sharing experience terkait konsep syariah

Evaluasi dan tindak lanjut: Evaluasi dilakukan untuk melihat peningkatan dan perkembangan para pengrajin anyaman dalam memasarkan anyaman resam sebelum dan sesudah dilakukannya pelatihan. Mengevaluasi indikator capaian yang ditargetkan kepada mitra. Mengevaluasi progres yang diperoleh mitra setelah pendampingan dan pelatihan



Gambar. 4 Tim PPM Bersama Mitra

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., Abitolkha, A. M., Sujatmika, A. R., & Maida, A. (2022). Pemberdayaan Usaha Ekonomi Kreatif dalam Inovasi Kerajinan Anyaman Pandan di Karanggebang, Munungkerep, Kabuh, Jombang. *EBA Journal: Journal Economic, Bussines Dan Accounting*, 1(1), 77–82.
- Amin, S., Setiawati, R., Widiastuti, F., Raf, M., & Machpudin, A. (2021). Menstimulasi Para Ibu Anggota Kelompok Pengajian Menjadi Startup. *Jurnal Surya Masyarakat*, 4(1), 38–44.
- Cuciana, T. (2021). *Analisis Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD. Widagdo Rahayu Pacitan*. IAIN PONOROGO.
- Daulay, H. (n.d.). *Keanekaragaman jenis tumbuhan dan pengetahuan Masyarakat Desa Sialambue Kecamatan Barumon Kabupaten Padang Lawas Sumatera Utara sebagai obat dan kerajinan tangan*. Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Fahrizal, M. (2017). Pemanfaatan Hasil Hutan Bukan Kayu Oleh Masyarakat Di Desa Labian Ira'ang Dan Desa Datah Diaan Di Kabupaten Kapuas Hulu. *Jurnal Hutan Lestari*, 5(1).
- Fahrudin, M. R. (2022). *Analisis Pemasaran Pada Apotek Fachri Pekanbaru dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Prespektif Ekonomi Syariah*. Universitas Islam Negeri Sutlan Syarif Kasim Riau.
- Hasan, M., & Azis, M. (2018). *Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*. Makassar: Pustaka Taman Ilmu.
- Hidayat, D. C., & Maryani, R. (2019). Analisis Kelayakan Potensi Ekowisata Air Terjun Riam Jito Di Kecamatan Kembayaran, KABUPATEN SANGGAU, KALIMANTAN BARAT (Feasibility analysis on potential ecotourism of Riam Jito Waterfall in Kembayan District, Sanggau Regency, West Kalimantan). *Jurnal Penelitian Pengelolaan Daerah Aliran Sungai (Journal of Watershed Management Research)*, 3(1), 59–78.
- Lendriyono, F., Ambarwati, T., & Fuadiputra, I. R. (2021).

- Pendampingan Usaha Ekonomi Kreatif pada Desa Wisata Pujon Kidul. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 5(01).
- Nikijuluw, V. P. H. (2001). Populasi dan sosial ekonomi masyarakat pesisir serta strategi pemberdayaan mereka dalam konteks pengelolaan sumberdaya pesisir secara terpadu. *Bogor (ID): Pusat Kajian Sumberdaya Pesisir Dan Lautan, Institut Pertanian Bogor*.
- Praditha, O. (2018). *Analisis Kelayakan Finansial Budidaya Buah Naga Di Ud. Naga Jaya Makmur Kecamatan Bululawang Kabupaten Malang*. University of Muhammadiyah Malang.
- Pratiwi, N. P. A., & Indrajaya, I. G. B. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Serta Kesejahteraan Masyarakat di Provinsi Bali. *Buletin Studi EKonomi*, 220–233.
- Sugiarto, I. (2022). *Metodologi penelitian bisnis*. Penerbit Andi.
- Syukur, M. (2017). Kerajinan Tangan Hasil Pengolahan Tumbuhan Hutan Oleh Masyarakat Desa Nibung Kecamatan Selimbau Kabupaten Kapuas Hulu. *PIPER*, 13(24).
- Wirakusuma, R. M. (2014). Analisis kegiatan ekonomi kreatif di kawasan wisata bahari Pulau Tidung Kepulauan Seribu. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 11(1), 49–58.