

Forum Program Studi Ekonomi Syariah Kopertais IV Surabaya
<https://journal-attamwil.com/index.php/al-falah/index>

Sustainable Economic Empowerment Through Melon Agribusiness: Integrating Islamic Financing and Community Based Marketing

Robertul Huda,¹ Aang Kunaifi²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan, Indonesia

Email : akunaifi@gmail.com

Abstract: This community empowerment project aims to enhance the economic welfare of farmers through melon agribusiness development in Napote Hamlet, Bira Timur Village, Sokobanah District, Sampang Regency. The program was carried out for four months, from March 5 to July 10, 2025, involving local government officials, the Cooperative Office, and BMT NU. The empowerment focused on two key aspects: access to capital through sharia-based financing and marketing through a word-of-mouth (WOM) approach. The mentoring process was conducted collaboratively by lecturers and students of the Faculty of Islamic Economics and Business, Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan. This activity not only improved farmers' skills in cultivation techniques and business management but also strengthened community collaboration and Islamic economic values in rural agribusiness. The results showed increased farmer confidence in sharia microfinance institutions, better marketing networks, and higher household income levels. Therefore, this empowerment model demonstrates that integrating Islamic financing principles with community-based marketing strategies can sustainably enhance the local economy.

Article History :

Recived :21-09-2025

Revised : 30-10-2025

Publish : 02-11-2025

Keywords: Islamic Microfinance, Community Empowerment, Melon Agribusiness

Abstrak: Program pemberdayaan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi petani melalui pengembangan agribisnis melon di Dusun Napote, Desa Bira Timur, Kecamatan Sokobanah, Kabupaten Sampang. Kegiatan dilaksanakan selama empat bulan, sejak 5 Maret hingga 10 Juli 2025, dengan melibatkan perangkat desa, Dinas Koperasi, dan BMT NU. Fokus pemberdayaan diarahkan pada dua aspek utama, yaitu akses permodalan melalui pembiayaan berbasis syariah dan pemasaran dengan strategi word of mouth (WOM). Pendampingan dilakukan secara kolaboratif oleh dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan petani dalam teknik budidaya dan manajemen usaha, tetapi juga memperkuat nilai kolaborasi dan ekonomi Islam dalam agribisnis pedesaan. Hasilnya menunjukkan peningkatan kepercayaan

Article History :

Diterima : 21-09-2025

Direvisi : 30-10-2025

Diterbitkan : 02-11-2025

Kata Kunci: Keuangan Mikro Islam, Pemberdayaan Masyarakat, Agribisnis Melon

petani terhadap lembaga keuangan mikro syariah, jaringan pemasaran yang lebih luas, serta peningkatan pendapatan rumah tangga. Dengan demikian, model pemberdayaan ini membuktikan bahwa integrasi prinsip pembiayaan syariah dan strategi pemasaran berbasis komunitas mampu meningkatkan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan salah satu strategi penting dalam mendorong kemandirian dan kesejahteraan masyarakat pedesaan. Dalam konteks pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal, sektor pertanian dan agribisnis memiliki peran yang sangat strategis karena sebagian besar penduduk pedesaan menggantungkan hidupnya pada aktivitas bercocok tanam. Namun demikian, tantangan utama yang dihadapi petani kecil di daerah pedesaan antara lain terbatasnya akses modal, rendahnya kemampuan manajerial, serta lemahnya jaringan pemasaran (Demetrio Andrean Siahaan et al., 2025). Kondisi tersebut sering kali menyebabkan pendapatan petani tidak stabil dan berdampak pada rendahnya tingkat kesejahteraan keluarga mereka.

Dusun Napote, Desa Bira Timur, Kecamatan Sokobanah, Kabupaten Sampang merupakan salah satu wilayah dengan potensi pertanian yang cukup menjanjikan, terutama dalam komoditas buah melon (Adiatmaja et al., 2025). Melon merupakan tanaman hortikultura bernilai ekonomi tinggi dan memiliki pasar yang luas, baik di tingkat lokal maupun regional. Namun, dalam praktiknya, sebagian besar petani di daerah tersebut masih mengandalkan metode budidaya tradisional dan belum memiliki strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, keterbatasan modal usaha juga menjadi hambatan dalam meningkatkan skala produksi dan kualitas hasil panen. Banyak petani masih mengandalkan pinjaman informal yang tidak jarang bersifat eksplotatif, sehingga justru menimbulkan beban finansial baru (Kunaifi & Qomariyah, 2021).

Berangkat dari permasalahan tersebut, tim dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi melalui budidaya melon. Kegiatan ini dilaksanakan selama empat bulan, mulai 5 Maret hingga 10 Juli 2025, dengan melibatkan berbagai pihak, antara lain perangkat desa, Dinas Koperasi, dan BMT NU sebagai mitra lembaga keuangan syariah. Kolaborasi multipihak ini menjadi penting karena pemberdayaan yang berkelanjutan memerlukan



dukungan dari sisi kebijakan, kelembagaan, dan pendampingan teknis yang saling terintegrasi (Kadir et al., 2022).

Fokus utama kegiatan ini terletak pada dua aspek strategis, yaitu akses modal berbasis akad syariah dan strategi pemasaran melalui word of mouth (WOM). Akses modal berbasis syariah difasilitasi melalui kemitraan dengan BMT NU yang menyediakan pembiayaan mikro dengan prinsip keadilan, keterbukaan, dan tanpa bunga (riba). Melalui skema pembiayaan syariah, para petani didorong untuk memahami pentingnya pengelolaan modal yang sesuai dengan nilai-nilai Islam serta menjauhkan diri dari praktik keuangan yang merugikan. Pendekatan ini tidak hanya memberikan akses finansial, tetapi juga menanamkan nilai-nilai etika dan spiritual dalam berusaha, sehingga menciptakan harmoni antara aspek ekonomi dan moral (Jaifar Rakhmat, 2025).

Sementara itu, strategi pemasaran word of mouth (WOM) diterapkan untuk meningkatkan daya jual produk melon tanpa harus bergantung pada media promosi modern yang biayanya tinggi. Pendekatan ini mendorong petani dan masyarakat sekitar untuk menjadi agen promosi alami melalui pengalaman positif terhadap kualitas produk. WOM dianggap efektif di lingkungan pedesaan karena mengandalkan kepercayaan sosial dan jaringan komunitas yang kuat. Dengan demikian, strategi pemasaran ini bukan hanya menciptakan pasar yang loyal, tetapi juga memperkuat kohesi sosial di antara masyarakat setempat (Rahman, & Kunaifi, 2022).

Pendampingan yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa bersifat partisipatif, di mana masyarakat tidak sekadar menjadi objek tetapi juga subjek dari kegiatan pemberdayaan. Proses ini mencakup pelatihan teknis budidaya melon yang efisien dan ramah lingkungan, pengelolaan keuangan usaha berbasis syariah, serta simulasi strategi pemasaran berbasis komunitas. Selama pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian juga melakukan evaluasi berkala untuk menilai perkembangan usaha, respon masyarakat, serta kendala yang dihadapi di lapangan.

Hasil sementara menunjukkan adanya perubahan positif pada perilaku ekonomi masyarakat, terutama dalam hal kesadaran pentingnya pengelolaan modal dan pemasaran yang berbasis nilai kejujuran dan kepercayaan. Petani yang semula enggan meminjam ke lembaga keuangan formal mulai memahami manfaat pembiayaan syariah, karena tidak hanya memberikan dukungan modal tetapi juga bimbingan moral. Selain itu, strategi pemasaran WOM terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan buah melon lokal, terutama ketika kepuasan pelanggan menjadi dasar utama dalam penyebaran informasi produk (Kunaifi, 2016).

Dari sisi sosial, kegiatan ini juga menumbuhkan solidaritas antarwarga dan memperkuat semangat gotong royong. Kolaborasi antara perangkat desa, lembaga keuangan syariah, dan akademisi menciptakan sinergi yang produktif dalam membangun ekosistem ekonomi pedesaan yang lebih mandiri (Suryadi et al., 2021). Secara lebih luas, program ini menjadi contoh nyata penerapan prinsip ekonomi Islam dalam konteks pemberdayaan masyarakat, di mana kegiatan ekonomi tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga memperhatikan aspek keadilan, etika, dan keseimbangan sosial.

Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi melalui budidaya melon di Dusun Napote bukan hanya meningkatkan produktivitas pertanian dan pendapatan masyarakat, tetapi juga membangun kesadaran baru tentang pentingnya ekonomi berbasis nilai-nilai syariah. Integrasi antara pembiayaan syariah dan strategi pemasaran berbasis komunitas menjadi model pemberdayaan yang relevan dan aplikatif bagi daerah lain dengan karakteristik serupa (Kunaifi & Syam, 2021). Pada akhirnya, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi pengembangan ekonomi pedesaan yang berkelanjutan dan berkeadilan, sekaligus memperkuat peran perguruan tinggi sebagai agen perubahan sosial yang nyata di tengah masyarakat.



METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Participatory Action Research (PAR), yaitu pendekatan penelitian dan pemberdayaan yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan utama program, yakni menumbuhkan kemandirian ekonomi masyarakat melalui proses belajar, berpartisipasi, dan berinovasi bersama. Dalam PAR, masyarakat tidak diperlakukan sebagai objek yang menerima bantuan, melainkan sebagai mitra sejajar yang berperan aktif dalam mengidentifikasi masalah, merancang solusi, dan melaksanakan tindakan perubahan yang nyata (Triadi et al., 2024).

Tahapan pelaksanaan kegiatan dimulai dengan observasi awal dan pemetaan sosial ekonomi di Dusun Napote, Desa Bira Timur. Tahap ini bertujuan untuk mengenali kondisi riil masyarakat, potensi agribisnis melon, serta hambatan-hambatan yang dihadapi petani. Melalui diskusi kelompok dan wawancara terbuka, tim pengabdian bersama perangkat desa dan perwakilan petani menyusun prioritas kebutuhan yang paling mendesak, yaitu akses permodalan yang aman dan strategi pemasaran yang efektif.

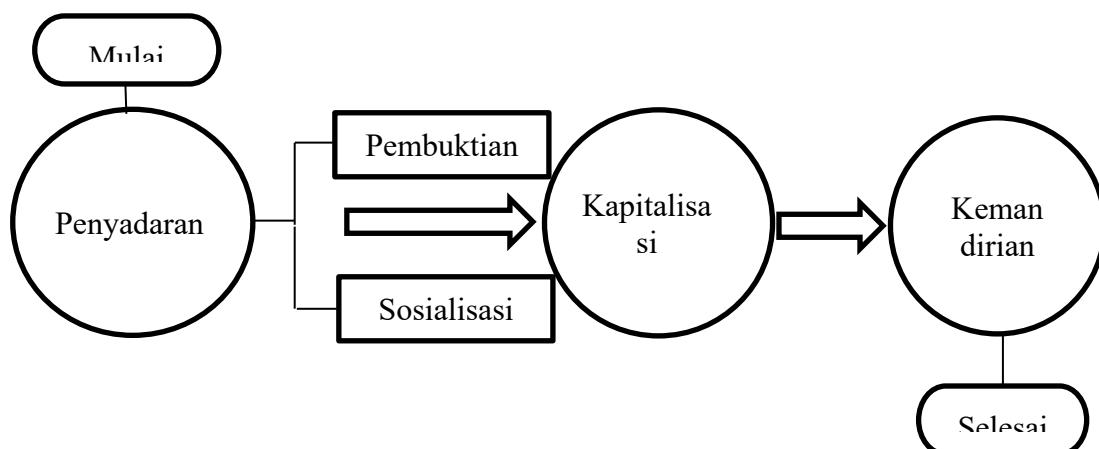
Selanjutnya dilakukan tahap perencanaan partisipatif, di mana tim dosen, mahasiswa, dan mitra lembaga (BMT NU serta Dinas Koperasi) merumuskan program kerja yang realistik. Dalam tahap ini, disepakati dua fokus utama kegiatan: pertama, peningkatan akses permodalan dengan menggunakan akad syariah seperti *mudharabah* dan *murabahah*; kedua, pelatihan pemasaran berbasis *word of mouth* (WOM) untuk meningkatkan daya jual produk melon.

Tahap berikutnya adalah implementasi dan pendampingan lapangan, yang dilakukan selama empat bulan (Maret–Juli 2025). Pendampingan meliputi pelatihan teknis budidaya melon, manajemen usaha tani, serta simulasi pemasaran. Proses ini dilaksanakan dengan prinsip learning by doing, di mana petani terlibat langsung dalam

setiap kegiatan pelatihan dan praktik lapangan. Mahasiswa berperan sebagai fasilitator dan pendamping, sementara dosen berperan sebagai pengarah dan evaluator kegiatan.

Tahap terakhir adalah evaluasi dan refleksi bersama, dilakukan secara periodik untuk menilai perkembangan usaha dan efektivitas kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan metode wawancara, pengamatan lapangan, serta diskusi kelompok terfokus (FGD). Dari proses refleksi ini diperoleh umpan balik yang menjadi dasar penyusunan rekomendasi untuk keberlanjutan program (Bongalonta & Bongalonta, 2025).

Dengan metode PAR, kegiatan pemberdayaan ini tidak hanya menghasilkan peningkatan ekonomi, tetapi juga membangun kesadaran kolektif, memperkuat nilai kolaborasi, serta menumbuhkan rasa memiliki terhadap program di kalangan masyarakat (Akadun & Hidayat, 2025).



Gambar 1. Proses Pemberdayaan Petani Melon

Sumber: Rangkuman Observasi Awal

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Observasi, Wawancara, Dokumentasi, dan Identifikasi Masalah

Kegiatan observasi, wawancara, dan dokumentasi dilakukan sejak tahap awal pengabdian masyarakat untuk memperoleh gambaran nyata tentang kondisi sosial



ekonomi masyarakat di Dusun Napote, Desa Bira Timur, Kecamatan Sokobanah, Kabupaten Sampang. Berdasarkan hasil observasi lapangan, sebagian besar penduduk dusun ini bekerja sebagai petani dan buruh tani dengan penghasilan yang tidak menentu. Komoditas unggulan yang mulai berkembang adalah buah melon, namun sistem pengelolaan usaha tani masih bersifat tradisional dan belum terstruktur dengan baik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para petani, ditemukan bahwa akses permodalan merupakan salah satu kendala terbesar yang mereka hadapi. Sebagian petani masih mengandalkan pinjaman dari tengkulak dengan bunga tinggi atau menjual hasil panen lebih awal dengan harga murah sebagai bentuk pelunasan utang. Kondisi ini membuat petani sulit meningkatkan modal kerja dan memperluas lahan tanam. Beberapa petani mengaku enggan berhubungan dengan lembaga keuangan formal karena khawatir dengan sistem bunga dan prosedur administrasi yang dianggap rumit (Fira Vanka Lintang Kusuma et al., 2025).

Selain permodalan, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa pemasaran produk melon belum dilakukan secara optimal. Sebagian besar hasil panen hanya dipasarkan di sekitar wilayah Sokobanah dan kota Sampang. Minimnya strategi promosi dan lemahnya jejaring pasar membuat harga jual sering kali tidak sebanding dengan biaya produksi. Namun demikian, para petani menyadari bahwa kualitas melon mereka cukup baik dan memiliki potensi pasar yang luas jika strategi pemasaran dapat dikelola secara lebih efektif (Kunaifi, 2024).

Dari hasil observasi dan dokumentasi kegiatan, diketahui bahwa masyarakat Dusun Napote memiliki semangat kolektif dan solidaritas sosial yang kuat. Nilai gotong royong masih sangat kental, terutama dalam aktivitas pertanian. Modal sosial ini menjadi potensi besar untuk dikembangkan dalam pendekatan word of mouth (WOM) marketing, yaitu promosi berbasis kepercayaan dan hubungan social (Kunaifi et al., 2024). Pendekatan ini sangat relevan dengan karakter masyarakat pedesaan yang lebih mengutamakan rekomendasi personal dan bukti nyata daripada iklan formal.

Melalui kegiatan pendampingan, tim pengabdian menemukan bahwa masyarakat sangat membutuhkan bimbingan praktis dalam mengakses pembiayaan syariah. Banyak petani belum memahami konsep akad mudharabah dan murabahah, meskipun mereka memiliki minat tinggi untuk menghindari transaksi berbasis bunga (riba). Oleh karena itu, peran BMT NU sebagai mitra lembaga keuangan syariah menjadi sangat penting dalam memberikan edukasi finansial dan simulasi pembiayaan yang sesuai kebutuhan petani (Kunaifi & Zhilalil Haq, 2025).

Kegiatan observasi juga menunjukkan bahwa mayoritas petani belum menerapkan pencatatan keuangan usaha yang sistematis. Semua transaksi dilakukan secara lisan dan tanpa bukti tertulis, sehingga sulit mengevaluasi keuntungan dan pengeluaran. Kondisi ini menunjukkan perlunya pendampingan manajemen keuangan sederhana, seperti pembukuan kas harian dan laporan hasil panen. Dengan demikian, petani dapat memahami arus kas usaha mereka dan mengelola modal dengan lebih bijak (Ningsih et al., 2024).

Dari hasil identifikasi masalah melalui focus group discussion (FGD) bersama petani, perangkat desa, dan perwakilan BMT NU, diperoleh beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Permasalahan utama: keterbatasan modal usaha, ketidakpahaman terhadap sistem pembiayaan syariah, dan lemahnya jaringan pemasaran.
2. Potensi utama: kualitas buah melon yang baik, semangat kerja petani, dan dukungan kelembagaan dari perangkat desa serta mitra koperasi syariah.
3. Kebutuhan mendesak: pelatihan budidaya yang efisien, pembiayaan syariah yang mudah diakses, serta strategi pemasaran berbasis komunitas (WOM).

Berdasarkan hasil tersebut, disusunlah jadwal pendampingan terstruktur selama empat bulan, mencakup tahap pelatihan, pembiayaan, praktik budidaya, dan pemasaran. Kegiatan dilakukan dengan metode partisipatif yang melibatkan petani, mahasiswa, dan mitra lembaga secara langsung di lapangan (Zati et al., 2024).



Tabel I. Jadwal Kegiatan Pendampingan Pemberdayaan Ekonomi Petani Melon (Maret–Juli 2025)

No.	Periode Kegiatan	Jenis Kegiatan	Deskripsi Kegiatan dan Tujuan	Pelaksana/Pendamping
1	5–15 Maret 2025	Observasi & Identifikasi Masalah	Survei lahan, wawancara petani, dan FGD awal untuk memetakan kebutuhan modal dan pemasaran.	Dosen, mahasiswa, perangkat desa
2	16–25 Maret 2025	Sosialisasi Pembiayaan Syariah	Edukasi konsep <i>mudharabah</i> , <i>murabahah</i> , dan simulasi akad pembiayaan.	BMT NU, tim pengabdian
3	1–15 April 2025	Pelatihan Teknis Budidaya Melon	Pengenalan teknik tanam, pemupukan, dan pengendalian hama terpadu.	Mahasiswa dan petani senior
4	16–30 April 2025	Pendampingan Manajemen Usaha	Pelatihan pencatatan keuangan sederhana dan perencanaan modal usaha.	Dosen ekonomi syariah
5	1–20 Mei 2025	Pendampingan Pembiayaan Modal Usaha	Fasilitasi akses pembiayaan mikro berbasis syariah melalui BMT NU.	BMT NU, tim pengabdian
6	21 Mei–15 Juni 2025	Penerapan Strategi WOM Marketing	Pelatihan promosi berbasis testimoni pelanggan dan jejaring lokal.	mahasiswa
7	16–30 Juni 2025	Monitoring dan Evaluasi Lapangan	Evaluasi perkembangan usaha, kendala, dan perbaikan kegiatan.	Tim dosen dan mahasiswa
8	1–10 Juli 2025	Refleksi dan Diseminasi Hasil	Diskusi hasil kegiatan, dokumentasi, dan rencana keberlanjutan program.	Semua mitra dan masyarakat

Sumber: Hasil FGD tim pendamping, diolah.

Dari keseluruhan kegiatan observasi dan pendampingan sebagaimana terangkum pada table I, dapat disimpulkan bahwa masyarakat petani melon di Dusun Napote memiliki potensi besar untuk berkembang apabila didukung dengan sistem pembiayaan yang adil dan strategi pemasaran yang sesuai dengan kultur lokal. Kombinasi antara pembiayaan syariah dan strategi WOM marketing terbukti tidak hanya meningkatkan aspek ekonomi, tetapi juga memperkuat nilai kepercayaan dan solidaritas sosial di antara



warga. Pendekatan ini menciptakan sinergi antara pengetahuan akademik dan kearifan lokal, sehingga kegiatan pengabdian ini mampu memberikan dampak yang berkelanjutan bagi kesejahteraan masyarakat pedesaan.

Kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui budidaya melon di Dusun Napote menunjukkan bahwa keberhasilan ekonomi pedesaan tidak hanya ditentukan oleh potensi sumber daya alam, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat dalam mengakses sumber daya finansial, manajemen usaha, dan jejaring pasar. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa petani memiliki semangat kerja tinggi dan potensi produk yang baik, namun dihadapkan pada beberapa permasalahan utama yang menghambat pengembangan usaha. Oleh karena itu, pembahasan ini difokuskan pada solusi praktis yang bersumber dari pendekatan partisipatif, kolaboratif, dan berbasis nilai-nilai ekonomi Islam.

I. Solusi atas Permasalahan Keterbatasan Modal Usaha

Permasalahan pertama yang dihadapi oleh para petani melon adalah keterbatasan modal usaha untuk membeli benih unggul, pupuk, dan peralatan tanam. Sebagian besar petani masih mengandalkan dana pribadi atau pinjaman informal dari tengkulak yang cenderung menjerat karena sistem bunga tinggi dan pembayaran hasil panen di muka. Hal ini menimbulkan ketergantungan dan menurunkan daya tawar petani terhadap harga jual produk.

Solusi yang diterapkan melalui kegiatan pengabdian ini adalah penerapan skema pembiayaan syariah berbasis kemitraan dengan BMT NU, menggunakan akad mudharabah dan murabahah. Melalui skema ini, BMT menyediakan modal kerja tanpa bunga, sementara petani berperan sebagai pengelola usaha. Keuntungan hasil panen kemudian dibagi sesuai nisbah yang disepakati bersama. Pendekatan ini mencerminkan prinsip keadilan dalam ekonomi Islam, di mana risiko dan keuntungan ditanggung bersama secara proporsional (Azwar & Abur Hamdi Usman, 2025).

Selain memberikan akses permodalan, BMT NU juga melakukan edukasi keuangan syariah melalui simulasi dan bimbingan teknis. Petani diajarkan untuk menyusun rencana usaha dan laporan sederhana agar pembiayaan dapat digunakan secara



produktif. Pendampingan ini memperkuat kepercayaan petani terhadap lembaga keuangan syariah dan mengurangi ketergantungan pada pinjaman informal.

Permasalahan berikutnya adalah rendahnya pemahaman petani terhadap konsep dan mekanisme pembiayaan syariah. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, banyak petani yang belum memahami perbedaan antara akad bagi hasil dan akad jual beli, serta cara menentukan margin keuntungan sesuai prinsip keadilan (Anwar et al., 2025).

Melalui kegiatan pendampingan, dilakukan sosialisasi dan pelatihan literasi keuangan syariah secara berkala (Dirie et al., 2024). Kegiatan ini mencakup penjelasan tentang jenis-jenis akad, kewajiban moral dalam transaksi, serta pentingnya transparansi dan amanah. Pendekatan dilakukan dengan metode dialog interaktif menggunakan bahasa lokal agar lebih mudah dipahami.

Hasilnya, petani mulai memahami bahwa sistem pembiayaan syariah tidak sekadar alternatif dari sistem konvensional, tetapi juga sebuah instrumen untuk membangun keberkahan ekonomi dan solidaritas sosial. Edukasi ini memberikan dampak positif terhadap perubahan pola pikir masyarakat yang sebelumnya skeptis terhadap lembaga keuangan formal menjadi lebih terbuka terhadap sistem keuangan Islam (Abdillah, 2024).

Lemahnya jaringan pemasaran merupakan kendala lain yang cukup signifikan. Sebagian besar petani menjual hasil panen kepada pengepul lokal dengan harga yang sudah ditentukan sepihak. Petani tidak memiliki kemampuan promosi dan belum memahami strategi memperluas pasar di luar wilayah Sokobanah.

Untuk mengatasi hal ini, tim pengabdian menerapkan strategi pemasaran berbasis word of mouth (WOM) yang menekankan promosi melalui rekomendasi langsung dari konsumen dan jejaring sosial masyarakat. Pendekatan ini dinilai efektif di wilayah pedesaan karena didukung oleh kuatnya nilai kepercayaan sosial dan interaksi komunitas. Melalui pelatihan WOM, petani belajar membangun reputasi produk berdasarkan kualitas, kejujuran, dan pengalaman pelanggan.

Selain itu, pendampingan juga mendorong pembentukan kelompok pemasaran bersama antarpetani untuk memperluas jaringan distribusi dan meningkatkan daya tawar terhadap pembeli besar. Mahasiswa berperan aktif dalam membantu promosi melalui media sosial lokal seperti WhatsApp Group dan Facebook Marketplace, sehingga jangkauan penjualan mulai meluas ke wilayah Pamekasan dan Bangkalan.

2. Optimalisasi Potensi Utama

Meskipun menghadapi berbagai keterbatasan, masyarakat petani melon di Dusun Napote memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Berdasarkan hasil observasi dan pendampingan, terdapat tiga potensi utama yang menjadi kekuatan dasar bagi keberlanjutan program pemberdayaan, yaitu kualitas buah melon yang baik, semangat kerja petani, dan dukungan kelembagaan local (Khasanah & Triatmo, 2025).

Petani di Dusun Napote menghasilkan melon dengan kualitas baik — rasa manis, tekstur renyah, dan daya tahan simpan yang tinggi. Kualitas ini menjadi modal utama untuk menembus pasar yang lebih luas. Dalam kegiatan pengabdian, dilakukan pelatihan peningkatan kualitas produk melalui teknik budidaya efisien, pemilihan benih unggul, dan penggunaan pupuk organik. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas hasil panen, tetapi juga menekan biaya produksi.



Gambar 2. Tim Pendampingan Petani Melon, Kepala Desa, Dosen dan Mahasiswa IAI Al-Khairat Pamekasan



Selain itu, produk melon lokal mulai diposisikan sebagai produk khas Sokobanah yang memiliki nilai jual identitas lokal. Strategi ini meningkatkan kebanggaan masyarakat terhadap hasil pertaniannya sendiri sekaligus memperkuat daya saing di pasar regional (Kunaifi & Ningsih, 2025).

Salah satu kekuatan sosial terbesar masyarakat Dusun Napote adalah semangat gotong royong dan rasa kebersamaan yang tinggi. Nilai-nilai ini menjadi landasan penting dalam menjalankan kegiatan pemberdayaan berbasis komunitas (Pradana et al., 2025). Tim pengabdian sebagaimana terdokumentasi pada gambar I, memanfaatkan potensi sosial ini melalui pembentukan kelompok tani syariah yang berfungsi sebagai wadah koordinasi, belajar bersama, dan berbagi pengalaman. Dalam kelompok ini, keputusan usaha diambil secara musyawarah, sementara hasil panen sebagian dialokasikan untuk kas bersama sebagai dana sosial. Pola ini menciptakan rasa tanggung jawab kolektif sekaligus memperkuat solidaritas antarpetani.

Dukungan perangkat desa dan lembaga mitra seperti BMT NU menjadi faktor penguat dalam keberhasilan program. Pemerintah desa berperan dalam menyediakan lahan demonstrasi plot (demplot) untuk pelatihan, sementara BMT NU memfasilitasi pendampingan finansial. Kolaborasi lintas lembaga ini menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi tidak dapat berjalan efektif tanpa sinergi antara masyarakat, akademisi, dan lembaga pendukung (Eka Purwanda & Raden Willa Permatasari, 2022).

3. Pemenuhan Kebutuhan Mendesak

Melalui analisis lapangan, ditemukan tiga kebutuhan mendesak yang harus segera dipenuhi agar program pemberdayaan dapat berkelanjutan, yaitu: pelatihan budidaya efisien, akses pembiayaan syariah yang mudah, dan penguatan strategi pemasaran berbasis komunitas.

Kegiatan pelatihan difokuskan pada efisiensi penggunaan sumber daya, seperti penghematan air irigasi, pemilihan pupuk tepat guna, dan teknik panen optimal. Pendekatan *learning by doing* diterapkan agar petani memperoleh pengalaman langsung

di lapangan. Hasilnya, produktivitas meningkat sekitar 20–25% dibandingkan sebelum pendampingan.

BMT NU mengembangkan sistem pelayanan sederhana bagi petani dengan prosedur administrasi minimal dan pendampingan langsung. Dengan adanya petugas lapangan yang berkunjung ke lokasi, petani merasa lebih nyaman dan percaya. Model ini menjadikan pembiayaan syariah tidak hanya mudah diakses, tetapi juga berakar kuat di tengah masyarakat.

Pemasaran WOM menjadi strategi unggulan karena efektif dan sesuai dengan budaya lokal. Petani didorong untuk menjaga kualitas produk, menepati janji pengiriman, dan menjaga hubungan baik dengan pembeli. Tim pengabdian membantu membuat *branding* sederhana seperti label *Melon Thayyibah Napote*” untuk menegaskan identitas produk sekaligus meningkatkan kepercayaan pasar.

Tabel 2 Langkah Konkret Pendampingan Pemberdayaan Petani Buah Melon di Dusun Napote, Desa Bira Timur, Sokobanah, Sampang

Aspek Utama	Permasalahan	Potensi yang Dimiliki	Solusi dan Langkah Pendampingan	Output yang Diharapkan
Akses Permodalan	Keterbatasan modal usaha dan ketergantungan pada pinjaman informal.	Dukungan dari BMT NU dan semangat petani untuk mandiri.	<ul style="list-style-type: none"> - Edukasi keuangan syariah melalui pelatihan bersama BMT NU.- Simulasi akad <i>mudharabah</i> dan <i>murabahah</i>.- Pendampingan pembuatan proposal pembiayaan mikro syariah.- Fasilitasi pertemuan antara petani dan lembaga keuangan syariah. 	Petani memahami sistem pembiayaan syariah dan mampu mengakses modal usaha secara berkelanjutan.
Pemahaman Sistem Syariah	Kurangnya pemahaman terhadap prinsip dan akad dalam pembiayaan syariah.	Adanya minat untuk belajar dan dukungan tokoh masyarakat.	<ul style="list-style-type: none"> - Workshop prinsip dasar ekonomi Islam.- Penyusunan modul pembiayaan syariah sederhana.- Pendampingan oleh mahasiswa FEBI sebagai fasilitator edukasi keuangan syariah. 	Petani memiliki literasi keuangan syariah dan dapat menerapkan prinsip halal dalam usaha.
Budidaya dan Produksi	Efisiensi produksi belum optimal; masih bergantung pada metode tradisional.	Kualitas buah melon baik dan lahan subur.	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan budidaya modern: pemupukan, pengairan, dan pengendalian hama.- Demonstrasi plot pertanian efisien.- Pendampingan teknik panen dan pascapanen. 	Produktivitas meningkat dan kualitas melon lebih konsisten.



Aspek Utama	Permasalahan	Potensi yang Dimiliki	Solusi dan Langkah Pendampingan	Output yang Diharapkan
Pemasaran dan Jaringan	Lemahnya promosi dan jaringan pasar yang terbatas.	Dukungan komunitas lokal dan loyalitas konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan <i>Word of Mouth (WOM) Marketing</i>. - Pembentukan kelompok pemasaran petani melon. - Promosi digital sederhana (WhatsApp Business, media sosial). 	Terbentuk jaringan pemasaran berbasis komunitas dan peningkatan volume penjualan.
Kolaborasi Kelembagaan	Belum adanya sistem koordinasi yang berkelanjutan antar pihak.	Dukungan kuat dari perangkat desa dan dinas koperasi.	<ul style="list-style-type: none"> - Pembentukan tim koordinasi desa untuk agribisnis melon. - MoU antara perangkat desa, BMT NU, dan kelompok tani. - Monitoring bersama program pemberdayaan. 	Terbentuk model kemitraan sinergis antara masyarakat, pemerintah desa, dan lembaga keuangan syariah.
Kemandirian Ekonomi Petani	Ketergantungan pada pendampingan eksternal.	Semangat kerja tinggi dan solidaritas antarpetani.	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan manajemen keuangan rumah tangga dan usaha tani. - Pemberian sertifikat kompetensi bagi petani aktif. - Evaluasi periodik hasil usaha. 	Petani memiliki kemampuan manajerial dan menjadi pelaku utama ekonomi desa.

Sumber: realisasi program kerja pendampingan, diolah.

Berdasarkan keseluruhan proses sebagaimana tersaji dalam table 2 di atas, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan ekonomi melalui budidaya melon di Dusun Napote menjadi model kolaboratif antara ilmu pengetahuan, nilai keagamaan, dan kekuatan sosial masyarakat. Permasalahan klasik seperti keterbatasan modal dan lemahnya pemasaran dapat diatasi melalui pembiayaan syariah yang adil dan strategi promosi berbasis komunitas. Potensi lokal yang kuat — baik dari sisi produk maupun sosial — menjadi modal berharga dalam mewujudkan kemandirian ekonomi pedesaan.

Program ini menunjukkan bahwa penerapan Islamic microfinance dan WOM marketing tidak hanya meningkatkan pendapatan petani, tetapi juga memperkuat etika usaha dan kohesi sosial masyarakat. Pendekatan berbasis partisipasi dan nilai Islam ini diharapkan dapat direplikasi pada sektor agribisnis lain di wilayah Madura dan sekitarnya sebagai model pemberdayaan ekonomi masyarakat yang berkeadilan dan berkelanjutan (Alwazin, 2025).

KESIMPULAN



Kegiatan pengabdian masyarakat melalui pendampingan petani buah melon di Dusun Napote, Desa Bira Timur, Sokobanah, Sampang, telah memberikan dampak nyata dalam memperkuat fondasi ekonomi masyarakat berbasis agribisnis syariah. Melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR), seluruh proses dilakukan dengan melibatkan petani, perangkat desa, lembaga keuangan syariah (BMT NU), dan mahasiswa secara aktif, sehingga menghasilkan perubahan yang berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan lokal. Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat, yaitu keterbatasan modal usaha, minimnya pemahaman terhadap sistem pembiayaan syariah, serta lemahnya jaringan pemasaran, berhasil diatasi secara bertahap melalui program pendampingan yang terarah. Pelatihan pembiayaan syariah membuka akses modal yang lebih aman dan sesuai prinsip Islam, sementara edukasi keuangan membantu petani memahami akad *mudharabah* dan *murabahah* secara praktis. Di sisi lain, strategi pemasaran berbasis *Word of Mouth* (WOM) mampu meningkatkan keterhubungan sosial dan memperluas jaringan pasar tanpa biaya besar. Potensi lokal berupa kualitas melon yang unggul, semangat kerja tinggi, dan dukungan kelembagaan menjadi faktor penguat keberhasilan program. Pendampingan intensif selama empat bulan juga memperlihatkan peningkatan dalam kemampuan teknis budidaya, efisiensi produksi, serta kesadaran kolektif akan pentingnya kemandirian ekonomi. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis nilai-nilai syariah bukan hanya mampu meningkatkan pendapatan petani, tetapi juga menumbuhkan etos kerja yang jujur, kolaboratif, dan berkeadilan. Model pendampingan seperti ini berpotensi direplikasi pada sektor agribisnis lain di wilayah pedesaan dengan prinsip kolaborasi multi pihak yang berkelanjutan.

SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pemberdayaan petani buah melon di Dusun Napote, terdapat beberapa saran untuk keberlanjutan dan pengembangan program serupa di masa mendatang. Pertama, perlu dilakukan pendampingan lanjutan dalam bentuk pelatihan manajemen usaha tani dan literasi keuangan syariah secara



periodik agar petani semakin mandiri dalam mengelola modal, produksi, dan pemasaran. Peningkatan kapasitas ini penting untuk menjaga keberlanjutan usaha sekaligus memperkuat mentalitas wirausaha berbasis nilai-nilai Islam.

Kedua, disarankan adanya sinergi kelembagaan yang lebih kuat antara pemerintah desa, lembaga keuangan syariah (BMT NU), dan dinas terkait agar mekanisme pembiayaan serta pemasaran hasil pertanian dapat berjalan lebih efektif. Dukungan regulasi dan kebijakan lokal yang berpihak pada pengembangan ekonomi syariah di sektor agribisnis juga sangat diperlukan.

Ketiga, perlu dikembangkan jejaring pemasaran digital dan komunitas berbasis *Word of Mouth* yang diperkuat oleh media sosial dan platform e-commerce sederhana. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas produk lokal dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Akhirnya, model pendampingan berbasis partisipatif ini sebaiknya dijadikan prototipe pemberdayaan masyarakat desa yang mengintegrasikan nilai spiritual, sosial, dan ekonomi secara seimbang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Business, Economics, and Finance*, 2(1), 27–35. <https://doi.org/10.70437/benefit.v2i1.335>
- Adiatmaja, F. S., Ushada, M., & Purwadi, D. (2025). Environmental Ergonomic Analysis in MSMEs of 'Karak' using Working Environment Approach, HIRARC, and Kansei Engineering. *agriTECH*, 45(2), 113. <https://doi.org/10.22146/agritech.79984>
- Akadun, A., & Hidayat, H. (2025). Sustainability of the Village Owned Enterprises Program in Sumedang Regency, Indonesia: The Role of Government, Village Administration, and Voe Directors. *JAPI: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Pemerintahan Indonesia*, 6(1), 99–110. <https://doi.org/10.33830/japi.v6i1.12140>
- Alwazin, A. (2025). Politik Emas Hijau: Aktor, Agensi, Dan Perdagangan Tembakau Di Madura. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(9), 2680–2690. <https://doi.org/10.59141/cerdika.v5i9.2837>
- Anwar, D. R., Sumarlin, S., & Abdullah, W. (2025). Reconstructing Revenue Management Ethics in Islamic Finance: A Maqashid-Based Integrity Model and Empirical Framework. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 4(6), 1743–1762. <https://doi.org/10.55927/fjas.v4i6.177>



- Azwar, A. & Abur Hamdi Usman. (2025). Aligning Indonesia's economic goals with SDGS: Strengthening Qur'anic principles in Islamic finance. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 80–99. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol11.iss1.art6>
- Bongalonta, M. B., & Bongalonta, M. M. (2025). The SSC-DTI Business Education on Accounting and Training for SMEs (SSC-DTI-BEATS) Program: Its Implementation and Sustainability. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 6(9), 4534–4548. <https://doi.org/10.11594/ijmaber.06.09.26>
- Demetrio Andrean Siahaan, Pradipta Arya Balakosa, Dhamar Gandhang P.N, Luthfi Indra P, Ali Akbar Edi, Pieter, Timothy Teguh F.A, & Michael Normansyah. (2025). Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran dan Manajemen Keuangan pada UMKM Dukesman Barbershop di Surabaya. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2). <https://doi.org/10.63822/d3aaq811>
- Dirie, K. A., Alam, Md. M., & Maamor, S. (2024). Islamic social finance for achieving sustainable development goals: A systematic literature review and future research agenda. *International Journal of Ethics and Systems*, 40(4), 676–698. <https://doi.org/10.1108/IJES-12-2022-0317>
- Eka Purwanda & Raden Willa Permatasari. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tempe Pak Iwan Bandung ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(4), 2029–2042. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i4.301>
- Fira Vanka Lintang Kusuma, Ari Saptono, & Herlitah. (2025). Evaluasi Efektivitas Program Modal Berkah OK OCE Indonesia Terhadap Keberlangsungan UMKM di Jakarta. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 923–929. <https://doi.org/10.63822/q78h0m56>
- Jaifar Rakhmat, D. (2025, July 15). Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Efektif untuk UMKM: Tren, Studi Kasus, dan Pandangan Ahli. *Republika.Co.Id*. https://retizen.republika.co.id/posts/685555/media-sosial-sebagai-alat-pemasaran-efektif-untuk-umkm-tren-studi-kasus-dan-pandangan-ahli?utm_source=chatgpt.com
- Kadir, A., Kunaifi, A., & Zainuddin, Z. (2022). Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing Koperasi Di Bmt Sidogiri Capem Waru. *CURRENCY: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 79–88. <https://doi.org/10.32806/ccy.v1i1.229>
- Khasanah, F. A., & Triatmo, A. W. (2025). Pemberdayaan Mustahik Melalui Program Lumbung Pangan Greenhouse Melon Oleh Baznas Sragen. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 7(1), 53. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v7i1.35858>
- Kunaifi, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Syari'ah Pendekatan Human Spirit; Konsep, Etika, Strategi, dan Implementasi* (Printed, Vol. 1). Maghza Pustaka.



- Kunaifi, A. (2024). *Islamic Entrepreneurship: Identitas gerakan ekonomi Islam komunitas hijrah di Indonesia*. PT Literasi Nusantara.
- Kunaifi, A., Djamaluddin, B., Fauzia, I. Y., Ritonga, I., Nurhayati, N., Syam, N., Widiastuti, T., & Ahsan, M. (2024). Islamic Entrepreneurship Identity In The Indonesian Hijrah Community. *Multifinance*, 2(1), 60–72. <https://doi.org/10.61397/mfc.v2i1.140>
- Kunaifi, A., & Ningsih, P. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Petani Tembakau Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Di Desa Pangtonggal Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan. *BHAKTI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat IAI Tribakti Kediri*, 4(2), 300–311. <https://doi.org/10.33367/h9pxe44>
- Kunaifi, A., & Qomariyah, L. (2021). Developing Company Images Through Spiritual Public Relations Facing Covid-19 Outbreak. *Jurnal Iqtisaduna*, 1(1), 13. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v1i1.15808>
- Kunaifi, A., & Syam, N. (2021). Business Communication in Developing the Halal Tourism Industry. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.31538/ijse.v4i1.1305>
- Kunaifi, A., & Zhilalil Haq, F. (2025). Is Fintech Financing Failing the Faithful? Online Lending, Debt Culture, and Islamic Economic Principles. *EKSYAR: Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam*, 12(1), 21–33. <https://doi.org/10.54956/eksyar.v12i01.672>
- Ningsih, K., Halimatus Sakdiyah, & Moh. Da'i Bachiar. (2024). Pelatihan Manajemen Keuangan Sederhana pada Kelompok Tani Padi Sebagai Upaya Meningkatkan Keterampilan dalam Pengelolaan Keuangan Kelompok Tani: Simple Financial Management Training for Rice Farmer Groups as an Effort to Improve Skills in Financial Management of Farmer Groups. *Nusantara Journal of Community Engagement and Empowerment*, 2(1), 41–47. <https://doi.org/10.36564/njce.v2i1.32>
- Pradana, A. G. R., Pranata, M. F. Y., Wijayanti, B. T., Nurhidayati, F., Adillah, A., Suprihatin, D. N., Suryadi, D., Hantari, D., & Seto, R. Y. (2025). Pemberdayaan Perempuan Melalui Penguatan Ketahanan Pangan: Peran Kelompok Wanita Tani (KWT) dan Penggiat PKK dalam Pengembangan Komoditas Hortikultura Berbasis Urban Farming di Desa Cemani, Grogol, Sukoharjo. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 9(1), 1–13. <https://doi.org/10.33061/awpm.v9i1.11879>
- Rahman, F., & Kunaifi, A. (2022). *Manajemen Pemasaran Syariah* (Vol. 1). Literasi Nusantara Abadi.
- Suryadi, S., Hadi Dharmawan, A., & Barus, B. (2021). Expansion and Conflict at Oil Palm Plantations: A Case in Terantang Manuk Village, Pelalawan District, Riau. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 8(3), 167–178. <https://doi.org/10.22500/8202031914>
- Triadi, F., A., M. A., Bonewati, Y. I., Rezky, M., Faidzaturrahmah, N., Ashshiddiqy, H., & Irfandinata, I. (2024). Pemberdayaan Perempuan Kelompok Ternak

Guna Mengintegrasikan Sampah Rumahan Dengan Maggot Bsf Untuk Memaksimalkan Pakan Alternatif. *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 289. <https://doi.org/10.35906/resona.v8i2.2190>

Zati, M. R., Rosalina, D., & Lubis, N. K. (2024). Meningkatkan Profesionalisme Petani Desa Simpang Peut Melalui Pelatihan Menajemen Keuangan Usaha. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 7(2), 253–262. <https://doi.org/10.30737/jaim.v7i2.5024>

