PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora
Vol.4, No.2, Februari 2025

Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah dalam Pemasaran Produk Pertanian : Kasus di Komunitas Tani Desa Bolo Ujung Pangkah

Muhammad Fatkhur Rozy[1], Kholid Albar[2]
[1,2]Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Gresik Jawa Timur, Indonesia
Email : fatkhurmhmmd@gmail.com[1], kholid@steikassi.ac.id[2]

Article History:
Received: 10 Januari 2025
Revised: 01 Maret 2025
Accepted: 10 Maret 2025

Keywords: *Ekonomi Syariah, Pertanian, pengabdian Masyarakat, Pemasaran.*

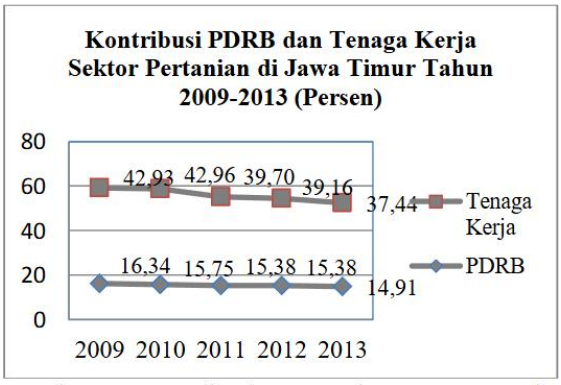
Abstract: *Indonesia sebagai negara agraris menghadapi tantangan serius dalam sektor pertanian, termasuk di Jawa Timur. Salah satu permasalahannya adalah rantai distribusi yang panjang dan ketergantungan petani pada tengkulak sehingga tidak sesuai dengan prinsip ekonomi Islam karena menggunakan sistem tebasan dan borongan. Pengabdian ini bertujuan untuk mengimplementasika n prinsip ekonomi syariah dalam pemasaran produk pertanian di Desa Bolo dengan memberikan edukasi dan solusi berbasis hukum ekonomi Islam. Pengabdian masyarakat dilakukan dengan pendekatan observasi, koordinasi dengan pihak desa dan kelompok tani, serta penyuluhan mengenai prinsip-prinsip ekonomi syariah yang relevan, seperti larangan riba, gharar, dan maysir. Program ini mencakup workshop, pendampingan, dan evaluasi terhadap hasil implementasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 85% petani yang terlibat mengalami peningkatan pemahaman tentang pemasaran berbasis syariah dan menerapkan praktik pemasaran yang lebih transparan, adil, serta menguntungkan*

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang cukup unggul di bidang pertaniannya, sehingga banyak sekali masyarakat Indonesia yang berprofesi sebagai petani baik di persawahaan maupun perkebunan (Dewi, Yuliani, & Rahman, 2022). Dalam upaya membangun suatu wilayah sebagai bentuk pengembangan sumber daya yang ada, maka dibutuhkan suatu proses identifikasi komoditas unggulan pertanian sebagai bentuk arahan dalam merumuskan strategi pembangunan suatu wilayah yang potensial (Ramlawati, 2020). Dapat diketahui bersama bahwa sector pertanian merupakan komponen ekonomi nasional yang sangat strategis, hal tersebut terjadi bukan tanpa alasan, hal tersebut terjadi karena sector pertanian menghasilkan sebagain besar dari produk domestic bruto negara sehingga memberi sebagian besar pendapatan ekspor dan membuka jutaan lapangan pekerjaan, selain itu sector pertanian juga sering kali disebut sebagai tulang punggung perekonomian, oleh karenanya negara menjadikan pertanian dan ketahanan pangan sebagai prioritas (Hidayah, Yulhendri, & Susanti, 2022). Mengingat bahwa Indonesia saat ini masih tergolong sebaga negara berkembang, maka dapat dikatakan bahwa sector pertanian memiliki peranan sangat tinggi jika dibandingkan negara maju (Meyer, 2019).

Di sisi lain setelah melihat kondisi di lapangan, ternyata masih banyak sector pertanian

yang belum berjalan secara optimal, permasalahannya cukup kompleks dan bervariatif, mulai dari keterbatasan akses pasar dan pemahaman tentang pemasaran yang dialami oleh para petani, hingga harga produk pertanian yang tidak stabil sehingga mengakibatkan kerugian. Bahkan sensus pertanian di tahun 2013 menjelaskan bahwa terjadi pelemahan kontribusi sector pertanian pada pembentukan PDRB Jawa Timur (16,34 % menjadi 14,91%) dan diiringi pelemahan tenaga kerja dari 42,93% menjadi 37,41%). Oleh sebab itu, permasalahan yang sedang dialami sektor pertanian Jawa Timur,membuat sektor pertanian semakin hari tidak diminati dan membuat perannya terus menurun (Oktavia, Hanani, & Suhartini, 2016), hal ini dapat dilihat bersama pada grafik kontribusi PDRB dan Tenaga Kerja Sektor pertanian di jawa Timur sebagai berikut :



Gambar 1. 1 Kontribusi PDRB dan Tenaga Kerja Sektor Pertanian di Jawa Timur (BPS Prov Jawa Timur dalam Sensus Pertanian 2014)

Melihat problematikan yang terjadi, tentu saja dibutuhkan upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, berkenaan dengan pelaksanaan bisnis di bidang pertanian, masih ada satu keprihatinan besar terkait situasi dan kondisi pertanian yang terjadi di Indonesia. Sebagai negara agraris dengan produk pertanian yang luar biasa melimpah, tetapi hal tersebut tidak menjadikan produk pertanian mudah di dapat, melainkan fakta di lapangan harga produk pertanian semakin mahal. Di sisi lain petani sebagai seorang produsen hanya mendapatkan harga jual yang murah, dan itu bisa dikatakan sebagai kondisi yang merugikan. Harga jual yang rendah ini seringkali disebabkan oleh beberapa faktor, namun salah satu faktor yang sering dijumpai yaitu terjadinya rantai distrbusi yang terlalu panjang, sehingga petani memiliki ketergantungan pada tengkulak.

Hal ini terjadi karena banyak lembaga tataniaga yang terlibat pada proses pendistribusian tersebut, yang mana akan berakibat pada harga jual tinggi pada konsumen akhir (Pertanian & Muhammadiyah, 2020). Bahkan pada situasi tertentu petani terpaksa menjual produk pertaniannya sebelum panen tiba, bahkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 55,56% produk pertanian petani sudah dibeli oleh tengkulak sebelum waktu panen tiba, hal ini mengakibatkan petani yang kurang mendapatkan informasi tentang pasar dan dengan penuh percaya diri menyerahkan tanamannya sebelum panen tiba, sedangkan di masa mendatang ternyata hasil panennya lebih baik dari perjanjian harga jual yang telah dilakukan, maka hal tersebut akan merugikan petani (Catur Yuantari, Kurniadi, & Kesehatan, 2016).

Problematika yang telah dipaparkan diatas menjadi salah satu hal yang terjadi juga pada komunitas tani di Desa Bolo Kabupaten Gresik Jawa Timur, daerah yang terletak di dataran rendah ini memiliki produk pertanian bermacam macam, mayoritas penduduk disana bergantung pada sector pertanian, baik pertanian skala kecil maupun skala besar. Keterbatasan dalam akses pasar dan pemahaman tentang pemasaran sering kali dihadapi oleh

petani yang berdampak pada kerugian, para petani disana sering kali bergantung pada sistem penjualan yang diserahkan langsung pada tengkulak, hal ini sebenarnya menjadikan petani hanya mendapatkan sedikit keuntungan dikarenakan rantai penjualan yang terlalu Panjang (Rolianah et al., 2021). Dengan hasil analisa yang dilakukan pada saat pengabdian berlangsung maka disimpulkan bahwa hal tersebut adalah titik permasalahan yang harus segera diatasi dengan cara menemukan suatu solusi serta tindakan.

Salah satu langkah yang bisa dilakukan untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan memberikan edukasi tentang pentingnya pemasaran efektif yang masih relevan dengan prinsip ekonomi syariah hingga edukasi mengenai strategi pemasaran yang adil serta transparan, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu menciptakan kesejahteraan ekonomi yang adil serta mewujudkan sistem ekonomi berkelanjutan. Jika mengingat akan pentingnya penerapan ekonomi syariah, hal ini tentu saja bisa menjadi satu langkah tepat untuk perlahan memperbaiki sistem yang ada, pada dasarnya hukum ekonomi syariah telah menyediakan kerangka kerja yang adil serta transparan, didalamnya memuat prinsip larangan untuk melakukan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan masyir (spekulasi) (Albar, Tasbih, & Ilyas, 2024) (Helmi, Subiyono, Badruzaman, Nastia, & Pardiansyah, 2022). Melihat studi kasus di lapangan bisa dilihat bahwa masyarakat masih belum sepenuhnya tau apa itu penerapan pemasaran yang memegang prinsip ekonomi syariah, hal ini tidak lain dan tidak bukan disebabkan kurangnya akses ilmu pengetahuan, pelatihan, pemberdayaan hingga pendampingan yang didapatkan oleh kelompok tani tersebut.

Melihat kondisi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakatlah yang menjadi salah satu pilihan untuk membantu mengatasi permasalahan tersbut, intervensi yang dilakukan nantinya diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan serta kapabilitas ekonomi kelompok tani, sehingga dapat ikut berpartisipasi mendorong tumbuhnya sector pertanian di Indonesia. Dalam artikel ini akan dijelaskan tentang hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan, didalamnya memuat proses identifikasi masalah, implementasi program kegiatan dan evaluasi dampak yang dihasilkan. Namun tidak hanya itu, artikel ini juga akan memberikan rekomendasi bagi kelompok tadi dan pemerintah desa seerta pemangku kepentingan lainnya dalam upaya mendukung mengkatnya kapabilitas finansial kelompok tani di desa Bolo.

Pada dasarnya urgensi dari kegiatan pengabdian masyarakat ini semakin dirasa saat melihat bahwa saat ini Indonesia merupaan negara dengan potensi pertanian yang tinggi dan sangat mendukung, dan bisa dilihat bersama jika masyarakat Indonesia banyak sekali yang bergantung pada sector industry pertanian (Radjasa & Djazuli, 2024). Dalam implementasinya tim pelaksana akan menerapkan pendekatan yang komprehensif, yang mana akan dimuali dari proses identifikasi masalah, pemetaan potensi kelompok tani, penyusunan program kegiatan, dan evaluasi. Pendekatan yang diterapkan tersebut diharapkna mampu untuk memberikan kontribusi serta maknah positif bagi seluruh kelompok tani di Desa Bolo.

Selain itu, kegiatan pengabdian masyrakat ini akan melibatkan beberapa pemangku kepentingan seperti pemerintah desa, asosiasi kelompok tani dan akademisi. Hal tersebut dilakukan untuk menghasilkan sebuah sinergi yang selaras dalam upaya mengatasi permasalahan yang ada sehingga mampu membantu mendorong perekonomian para petani, dan nantinya pun akan mampu meningkatkan pengembangan sector pertanian khususnya di daerah tersebut. Dengan adanya penulisan artikel ini diharapkan mampu menjadi referensi ataupun acuan yang dapat dilakukan unuk meningkatkan kapabilitas finansial kelompok tani di daerah-daerah yang lain saat menghadap permasalahan sejenis (Fitriyah, Albar, & Arifiansyah, 2024).

PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora
Vol.4, No.2, Feburari 2025

LANDASAN TEORI

Implementasi prinsip ekonomi syariah dalam pemasaran produk pertanian di komunitas tani Desa Bolo Ujung Pangkah dapat dijadikan model untuk meningkatkan keberlanjutan ekonomi petani. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam praktik pemasaran, baik dalam hal harga yang adil, pengelolaan pembiayaan, maupun distribusi produk, diharapkan dapat tercapai kesejahteraan yang lebih merata bagi para petani dan masyarakat di sekitar mereka.

Prinsip Ekonomi Syariah Ekonomi syariah adalah sistem ekonomi yang berlandaskan pada prinsip-prinsip hukum Islam, yang mengatur hubungan ekonomi antara individu dan masyarakat. Prinsip-prinsip ekonomi syariah meliputi keadilan, keseimbangan, dan kemanfaatan bagi seluruh umat, yang juga mencakup larangan terhadap riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (perjudian). Prinsip ini bertujuan untuk menciptakan transaksi yang halal dan adil bagi semua pihak, tanpa merugikan salah satu pihak (Melisa Tiran, 2023). Dalam prinsip ekonomi tentu saja tidak akan lepas dari yang namanya pemasaran, pemasaran merupakan aspek penting dalam perekonomian, dalam penelitian ini akan lebih spesifik untuk membahasa tentang pemasaran produk pertanian.

Pemasaran produk pertanian adalah kegiatan yang melibatkan proses distribusi produk dari petani ke konsumen. Dalam konteks ekonomi syariah, pemasaran produk pertanian harus memperhatikan prinsip-prinsip keadilan dan kesejahteraan bersama, di mana para pelaku usaha, termasuk petani, mendapatkan harga yang wajar dan tidak ada eksploitasi. Oleh karena itu, dalam pemasaran produk pertanian berbasis syariah, pengelolaan risiko, penetapan harga, dan transaksi yang adil menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan (Radjasa & Djazuli, 2024). Dan untuk mewujudkan pemasaran produk pertanian yang optimal, dirasa perlu untuk melibatkan pengembangan komunitas tani dan pemberdayaan ekonominya.

Komunitas Tani dan Pemberdayaan Ekonomi Komunitas tani, khususnya di desa-desa, memainkan peran penting dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Penerapan prinsip ekonomi syariah dalam komunitas tani dapat meningkatkan pendapatan petani melalui model bisnis yang adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Implementasi ekonomi syariah dalam komunitas tani dapat mencakup pengelolaan pembiayaan mikro syariah, kerjasama dalam kelompok tani, serta pengaturan harga yang transparan dan menguntungkan bagi petani (Radjasa & Djazuli, 2024)

METODE PENELITIAN

Artikel pengabdian ini ditulis dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskripstif (Kholid Albar, n.d.), alasan menggunakan pendekatan ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan serta mengekslorasi secara mendalam proses peningkatan kapabilitas serta pengetahuan masyarakat soal pemasaran produk pertanian yang mengarah pada prinsip ekonomi syariah. Lokasi pengabdian masyarakat ini dilakukan di desa Bolo, Kecamatan Ujung Pangkah, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Subjek dari pelaksanaan pengabdian ini yaitu para kelompok tani yang ada di Desa Bolo. Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yaitu dilaksanakan dengan melalui beberapa tahapan penting. Tahapan pertama adalah pendampingan dan sosialisasi kepada petani di Desa Bolo mengenai prinsip-prinsip ekonomi syariah, seperti keadilan, transparansi, dan menghindari praktik riba serta gharar (ketidakpastian) dalam transaksi. Selanjutnya, dilakukan pelatihan terkait penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam pemasaran produk pertanian, termasuk cara menetapkan harga

yang adil dan melakukan transaksi yang sesuai dengan ketentuan syariah. Tahapan ketiga adalah penerapan langsung di lapangan, di mana para petani mulai menerapkan sistem pemasaran yang lebih beretika dan menguntungkan, serta melibatkan pemangku kepentingan lokal seperti koperasi atau lembaga keuangan syariah untuk memperkuat jaringan pasar. Tahapan terakhir adalah evaluasi dan pemantauan keberlanjutan, untuk memastikan bahwa sistem pemasaran berbasis ekonomi syariah dapat berlangsung secara berkelanjutan dan memberikan manfaat yang optimal bagi petani di Desa Bolo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengamatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat tentang pemasaran yang berprinsip pada ekonomi syariah cenderung masih belum sepenuhnya diterapkan., masih banyak sekali ditemukan para petani yang menjual produk pertaniannya sebelum panen tiba kepada tengkulak sehingga itu melanggar salah satu prinsip ekonomi islam yaitu *gharar (*ketidakpastian), selain itu hal yang perlu ditekankan lagi yaitu tentang keadilan serta transparansi dalam transaksi. Perlu diketahui bersama bahwa pada studi sebelumnya komoditas pertanian di desa Bolo tidak hanya satu jenis saja, banyak sekali komoditas pertanian yang dihasilkan, seperti mangga, padi, hingga jeruk nipis. Namun para petani sering menjual hasil pertaninannya dengan sistem yang disebut Borongan (Islam, 2024). Dalam kasus sistem borongan ini, akad yang dilaksanakan dalam praktik jual beli hanya bersifat lisan dan berlandaskan kepercayaan. Apabila kedua belah pihak melaksanakan akad yang berupa ijab dan qabul, maka dari tu penjual akan menyampaikan informasi mengenai jenis tanaman dan nominal harga yang harus dibayar sebelum masa panen tiba sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

Dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan pada beberapa petani, ditemukan bahwa tidak semua petani memiliki pemahaman mendalam tentang praktik jual beli yang di ajarkan dalam islam, mereka beranggapan bahwa yang mereka lakukan selama ini sudah sesuai dengan ketentuan yang ada, setelah diulas lebih lanjut, pada kenyataannya pelaksanaan transaksi tersebut seringkali dilakukan karena beberapa faktor, walaupun hubungan penjual dan pembeli dilandaskan atas dasar kepercayaan, namun terdapat beberapa aspek yang menunjukkan perlunya adanya perbaikan dalam mencapai keadilan serta transparansi dalam bertransaksi (Herlina Kurniati; Yulistia Devi, 2022). Pada dasarnya jual beli merupakan kegiatan saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan barang kepemilikan, jual beli harus dilaksanakan dengan mengandung unsur *muawwadhoh* yang memiliki arti tukar menukar yang bersifat materi, yang berarti jual beli hanya berlaku saat barang ditukarkan.

Sistem jualan tebasan / borongan sebenarnya belum dikenal pada zaman imam Syafi'I, imam Syafii dalam haditsnya menegaskan bahwa syarat diperbolehkannya menjual buah yang masih berada pada pohonnya adalah ketika buah itu telah dapat dilihat oleh mata, dan tidak diperkenankan menjual buah yang masih belum Nampak bentukknya karena dikhawatirkan menjurus pada penipuan. Mengenai hal tersebut akan tetapi dalam kitab *al-Umm* pada bab jual beli dibahas tentang penjualan buah yang masih terletak pada pohonnnya, Imam Syafii berpendapat :

حَدَّثَنَا الرَّبِيعُ قَالَ: حَدَّثَنَا الشَّافِعِيُّ قَالَ: حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي فُدَيْكٍ عَنِ ابْنِ أَبِي ذُؤَيْبٍ عَنْ أُسَامَةَ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ سَرْجَاقَةَ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُرْوَةَ بْنِ مَسْعُودٍ عَنْهُ قَالَ: "نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ يُبَاعَ فَاكِهَةٌ حَتَّى تَزُولَ عَنْهَا عَاهَتُهَا." قَالَ أُسَامَةُ: "فَقُلْتُ لِعَبْدِ اللَّهِ: مَا ذَاكَ؟" قَالَ: "حَتَّى تَحْمَرَ."

Artinya :

"Dikabarkan kepada kami oleh ar-Rabi" yang mengatakan: dikabarkan kepada kami oleh Asy-Syafi"i yang mengatakan: dikabarkan kepada kami oleh Ibnu Abi Fudaik, dari Ibnu Abi Dzi"b, Dari Usman bin Abdullah bin Saraqah, dari Abdullah bin Umar, bahwa Rasulullah SAW melarang menjual buah-buahan sehingga hilanglah penyakitnya. Kata Usman: ,lalu saya bertanya kepada Abdullah: Kapan yang demikian itu?'. Abdullah menjawab: tampak buah- buahnya'."

Dengan dasar hukum jual beli sesuai ketentuan islam diatas untuk itu pengabdian ini dilakukan dengan tujuan untuk kembali meluruskan serta memberi edukasi terkait proses jual beli yang telah dilakukan di Desa Bolo selama ini (Albar, Abubakar, & Arsyad, 2023). langkah yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini yaitu :

(1) Langkah pertama adalah dengan melakukan pendekatan dan observasi terkait permasalahan yang terjadi di desa bolo, hal ini dilakukan untuk memahami kondisi nyata di lapangan yang nantinya akan membantu dalam mendapatkan gambaran yang lebih akurat tentang kebutuhan, tantangan, dan potensi yang ada di masyarakat, tanpa bergantung hanya pada data sekunder yang mungkin terbatas atau tidak lengkap, selain itu hal ini juga dilakukan dengan tujuan untuk mendengar perspektid masyarakat secara langsung, hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa program pengabdian masyarakat benar-benar relevan dan berfokus pada masalah yang mereka hadapi, bukan hanya apa yang dianggap penting oleh pihak luar. Dan yang tidak kalah penting, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membangun hubungan yang lebih kuat dan saling percaya.

Berikut adalah hasil dokumentasi selama pendekatan dan observasi dilakukan :



Gambar 3. 1 Proses observasi dan pendekatan langsung kepada petani di Desa Bolo

(2) Berkoordinasi dengan pihak desa, kelompok tani, serta lembaga terkait seperti BUMDes, untuk mendapatkan izin dan dukungan terhadap pelaksanaan pengabdian.

(3) Mengadakan pertemuan awal dengan komuni/tas tani di Desa Bolo untuk menjelaskan tujuan kegiatan ini dan pentingnya penerapan prinsip ekonomi syariah dalam pemasaran produk pertanian.

(4) Memberikan penjelasan dasar mengenai prinsip ekonomi syariah yang relevan dengan pemasaran, seperti larangan riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi), serta penerapannya dalam sistem pemasaran hasil pertanian. Selain itu langkah ini juga dilanjut dengan Mengajak petani untuk berbagi pengalaman mengenai masalah yang mereka hadapi dalam praktik jual beli produk pertanian, khususnya yang berkaitan dengan sistem borongan atau tebasan.

(5) Pelaksanaan workshop sebagai sesi inti yang memuat :

Table 1. 1 Daftar isi kegiatan workshop

Pengenalan Sistem Jual Beli Syariah dalam Pemasaran Produk Pertanian	Memberikan materi tentang sistem jual beli dalam ekonomi syariah, seperti *salam, istishna'*, atau jual beli dengan pembayaran di muka yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Menjelaskan bagaimana mekanisme ini dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan keadilan dalam transaksi.
Analisis Sistem Tebasan/Borongan	Menjelaskan risiko dan ketidakpastian yang ada dalam sistem borongan, seperti masalah harga yang tidak adil, ketidaksesuaian hasil yang dipanen dengan kesepakatan, serta potensi adanya unsur riba atau gharar.
Simulasi Alternatif Model Pemasaran	Melakukan simulasi atau role-playing terkait dengan implementasi sistem jual beli yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Misalnya, praktik jual beli dengan harga yang lebih transparan dan jelas, serta pembagian hasil yang adil dan sesuai dengan kesepakatan.
Pemberian Contoh Kasus	Menyajikan contoh penerapan ekonomi syariah dalam pemasaran produk pertanian dari daerah lain yang sudah berhasil. Ini bertujuan untuk memberikan inspirasi dan gambaran praktis kepada komunitas tani.

(6) Implementasi dan Pendampingan (Sesi Tindak Lanjut). Kegiatan ini berisi :

Table 1.2 Daftar kegiatan bentuk tindak lanjut

Pengembangan Model Pemasaran Baru	Membantu komunitas tani Desa Bolo dalam merancang dan mencoba model pemasaran yang lebih sesuai dengan prinsip syariah, misalnya dengan menjalin kemitraan dengan perusahaan atau pedagang yang lebih transparan.jmmkkk0
Bimbingan dan Pendampingan:	Setelah workshop, memberikan pendampingan langsung dalam pengimplementasian sistem pemasaran yang baru, dengan mendampingi petani saat bertransaksi dan memastikan mereka memahami setiap detail prosesnya.
Pemantauan dan Evaluasi	Melakukan pemantauan terhadap pelaksanaan model pemasaran baru untuk memastikan bahwa sistem yang diterapkan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah dan memberikan keuntungan yang lebih adil bagi petani.

……

(7) Evaluasi dan Refleksi, pada tahap ini berisi kegiatan sebagai berikut :

Table 1.3 Daftar kegiatan tahap evaluasi dan Refleksi

Evaluasi Proses dan Hasil	Setelah beberapa bulan, melakukan evaluasi bersama komunitas tani untuk menilai sejauh mana model pemasaran baru yang diterapkan berjalan efektif dan apakah ada tantangan baru yang muncul.
Refleksi dan Peningkatan	Mengadakan sesi refleksi bersama peserta workshop untuk membahas apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki, serta memberikan saran atau peningkatan agar penerapan prinsip ekonomi syariah semakin optimal.

Dengan melaksanakan tahapan-tahapan kegiatan diatas, akan mampu meningkatkan kesadaran kelompok tani di Desa Bolo dalam implementasi pemasaran yang tetap berlandaskan pada prinsip ekonomi syariah. Selain itu, setelah kegiatan pengabdian ini dilakukan, dirasa masih perlu adanya sistainabilitas program, bentuk sistainabilitas program ini dilaksanakan dengan adanya pembentukan kelompok pengelola yang mendorong untuk dilakukannya pemantauan serta penerapan model pemasaran ini secara berkelanjutan. Dengan tahapan-tahapan ini, pengabdian masyarakat tentang implementasi prinsip ekonomi syariah di desa Bolo diharapkan dapat memberikan solusi praktis terhadap masalah dalam sistem pemasaran produk pertanian, serta menciptakan pasar yang lebih adil dan transparan bagi petani. Setelah dilakukannya kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa terdapat dampak positif yang terlihat pada pemahaman kelompok tani terkait penerapan pemasaran berbasis syariah, khusunya pada pemasaran produk pertanian manga dan jeruk nipis. Meskipun demikian, masih terdapat kendala yang ditemukan, dimana masih ada petani yang menerapkan sistem penjualan borongan / tebasan karena sudah terikat rasa saling percaya pada konsumen, yang mana hal tersebut sulit dihilangkan. Bukan hanya itu saja, problematika juga muncul dikarenakan kurangnya sumber daya pendamping.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa program Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah dalam Pemasaran Produk Pertanian di Desa Bolo berhasil memberikan dampak positif yang signifikan. Sebanyak 85% petani yang terlibat melaporkan peningkatan pemahaman tentang pemasaran berbasis syariah dan praktik pemasaran yang lebih transparan, adil, dan menguntungkan. Sistem pemasaran yang sebelumnya menggunakan metode borongan atau tebasan kini mulai digantikan dengan pendekatan yang lebih efisien dan berkeadilan, sehingga kesejahteraan petani meningkat. Peningkatan pemasaran produk melalui platform digital juga memberi akses pasar yang lebih luas dan mengurangi ketergantungan pada pengepul. Keberhasilan ini tercapai dengan tingkat keberhasilan sekitar 80%, berdasarkan evaluasi dan umpan balik dari para peserta. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih dalam model pemasaran digital berbasis syariah dalam sektor pertanian, serta dampak jangka panjang dari penerapan sistem

pemasaran berbasis ekonomi syariah terhadap keberlanjutan ekonomi petani.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini tidak akan terlaksana tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi yang sangat berarti.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Kholid Albar, S.E.I., M H.,** selaku pembimbing utama, yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran yang sangat berharga selama proses penelitian ini. Ketelitian dan kesabaran Bapak dalam membimbing penulis sangat membantu dalam mengembangkan pemikiran dan menyempurnakan kualitas penelitian ini.
2. **Pihak Komunitas Tani Desa Bolo Ujung Pangkah**, terutama kepada seluruh anggota komunitas tani yang telah memberikan data dan informasi yang sangat berharga serta kesediaan mereka untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Tanpa kerjasama yang baik dari para petani, penelitian ini tidak akan berjalan dengan lancar.
3. **Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Sidayu,** yang telah memberikan fasilitas dan dukungan administratif dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih atas kesempatan yang diberikan untuk melakukan penelitian ini di lingkungan yang mendukung.
4. **Keluarga dan teman-teman**, yang telah memberikan dorongan moral dan semangat selama proses penelitian ini. Terima kasih atas kesabaran dan dukungan yang tidak pernah putus, baik dalam bentuk doa maupun motivasi.
5. **Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu**, yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian penelitian ini. Setiap dukungan yang diberikan sangat berarti bagi penulis.

Semoga segala bantuan dan dukungan yang diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun akan sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang.

DAFTAR REFERENSI

Albar, K., Abubakar, A., & Arsyad, A. (2023). Islamic Business Ethics in Online Commerce: A Perspective from Maqashid Shariah by Imam Haramain. *JURNAL ISLAM NUSANTARA*, *7*(2), 273–289.

Albar, K., Tasbih, T., & Ilyas, A. (2024). Kewirausahaan dan Bisnis Syariah: Kajian Hadis Tematik Ekonomi di Era Digital. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, *7*(3), 656– 670.

Catur Yuantari, M., Kurniadi, A., & Kesehatan, F. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Di Desa Curut

Kecamatan Penawangan Kabupaten Grobogan Jawa Tengah. *Techno.COM*, *15*(1), 43–47.

Dewi, E. Y., Yuliani, E., & Rahman, B. (2022). Pertumbuhan Perekonomian Wilayah. *Jurnal Kajian Ruang*, *2*(2), 229–248.

Fitriyah, D. B., Albar, K., & Arifiansyah, F. (2024). Meningkatkan Kapabilitas Financial UMKM Melalui Rancangan dan Pengelolaan Keuangan di Kecamatan Sidayu. *Al-Khidmah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(2), 123–132.

Helmi, I., Subiyono, S., Badruzaman, D., Nastia, S. D., & Pardiansyah, D. (2022). Edukasi Tentang Aspek Hukum Ekonomi Syariah Dalam Usaha Kecil Menengah Di Kota Bandung. *Jurnal Pengabdian Pelitabangsa*, *3*(01), 74–78. https://doi.org/10.37366/jabmas.v3i01.4899

Herlina Kurniati; Yulistia Devi. (2022). Jurnal Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, *7*(1), 67–76.

Hidayah, I., Yulhendri, Y., & Susanti, N. (2022). Peran Sektor Pertanian dalam Perekonomian Negara Maju dan Negara Berkembang: Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Salingka Nagari*, *1*(1), 28–37. https://doi.org/10.24036/jsn.v1i1.9

Islam, E. B. (2024). *IMPLEMENTASI PRAKTIK JUAL BELI JERUK NIPIS*. *3*(2), 111–127.

Kholid Albar, S. E. I. M. H. U. K. S. E. I. M. E. (n.d.). *Metodologi Penelitian Bisnis*. GUEPEDIA.

Melisa Tiran. (2023). Islamic Economics: Principles and Applications in Contemporary Finance. *International Journal of Science and Society*, *5*(3), 180–188. https://doi.org/10.54783/ijsoc.v5i3.735

Meyer, D. F. (2019). *an Assessment of the Importance of the Agricultural Sector on Economic Growth and Development in South Africa*. (September), 240–255. https://doi.org/10.20472/iac.2019.052.041

Oktavia, H., Hanani, N., & Suhartini, S. (2016). Peran Sektor Pertanian dalam Pembangunan Ekonomi di Provinsi Jawa Timur (Pendekatan Input-Output). *Habitat*, *27*(2), 72–84. https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2016.027.2.9

Pertanian, F., & Muhammadiyah, U. (2020). *Seminar Nasional Karya Pengabdian Pengenalan Digital Marketing dalam Pemasaran Produk Pertanian Untuk Petani Milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo*. 25–32.

Radjasa, R. A., & Djazuli, R. A. (2024). Strategi Pemasaran Pupuk Dolomit Di PT. Magnesium Gosari Internasional. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, *01*(2), 66–72. Retrieved from http://jurnal.minartis.com/index.php/jepag/

Ramlawati. (2020). Peranan Sektor Pertanian Dalam Perencanaan Pembangunan Ekonomi Di Kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, *1*(2), 1–20.

Rolianah, W. S., Albar, K., Putri, L. A., Yuliati, L., Mufidah, H., & Auliyah, Y. (2021). PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DALAM MENCIPTAKAN DESA MANDIRI DAN CEK KESEHATAN GRATIS. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(2), 515–521. https://doi.org/10.31604/jpm.v4i2.515-521