



PENDAMPINGAN PEMANFAATAN MARKETPLACE MENUJU KEMANDIRIAN EKONOMI UNTUK RUMAH TAHFIDZ “ISMAIL”

Oleh

Hendri Setyawan¹, Chrisna Suhendi²

^{1,2}Universitas Islam Sultan Agung

Email: hendri@unissula.ac.id

Article History:

Received: 04-10-2022

Revised: 13-10-2022

Accepted: 03-11-2022

Keywords:

Marketplace,
Kemandirian Ekonomi

Abstract: Pengabdian masyarakat ini memiliki sasaran Rumah Tahfidz “ISMAIL” yang memiliki tujuan mulia yakni mendidik generasi muda agar tidak sekedar menghafalkan Al Quran namun juga memiliki adab dan akhlaq yang mulia. Lembaga Pendidikan tersebut menggratiskan biaya pendidikan namun memiliki permasalahan dalam keberlanjutan operasional terkait pendanaan. Berdasarkan kajian teoritis alternatif yang dipilih oleh tim pengabdian masyarakat adalah mengoptimalkan upaya penggalangan dana lewat perdagangan dengan memanfaatkan platform marketplace “tokopedia”. Adapun upaya pendampingan dilaksanakan melalui pelatihan singkat disertai tutorial praktis, dan dilanjutkan dengan follow up/ evaluasi kegiatan. Diharapkan dari pengabdian masyarakat ini terjawab sours permasalahan pendanaan Rumah tahfidz ISMAIL. Selain itu tercipta pula kemandirian ekonomi stakeholder dari Lembaga tersebut, yang juga mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat misalnya orang tua/wali murid Rumah tahfidz ISMAIL.

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat ini memiliki sasaran Rumah Tahfidz “ISMAIL”. Rumah tahfidz “ISMAIL” didirikan pada awal tahun 2022 terpusat di perumahan Klipang kelurahan Sendangmulyo Kecamatan Tembalang Kota Semarang. Pendirian Rumah Tahfidz ini berawal dari kegelisahan para pendirinya melihat fenomena generasi muda yang terlalu larut dalam penggunaan media social, apatis terhadap masa depan dan kurang memiliki kepekaan terhadap lingkungan sekitar. Tidak hanya itu, fenomena juga memperlihatkan para siswa usia sekolah baik sekolah umum bahkan sekolah Islam sekalipun gagal menunjukkan adab dan akhlaq yang baik. Rumah tahfidz ini memiliki tujuan mulia yakni mendidik generasi muda agar tidak sekedar menghafalkan Al Quran namun juga memiliki adab dan akhlaq yang mulia.

Pada awal berdirinya, rumah tahfidz “ISMAIL” menerima pendaftaran dari anak-anak usia sekolah dan pra sekolah dari beragam latar belakang. Dari semula hanya 11 anak, kini berkembang menjadi hampir 30 anak. Para pengajarnya memiliki latar belakang pendidikan sekolah Islam maupun pondok pesantren.

Berdasarkan hasil musyawarah pertama antara pengelola dan orang tua/wali murid maka diputuskan bahwa pendidikan di Rumah Tahfidz “ISMAIL” akan digratiskan. Adapun dasar pertimbangan keputusan tersebut adalah latar belakang orang tua/wali murid yang antara lain mualaf serta memperhatikan dampak pandemic yang tidak ringan bagi perekonomian masyarakat. Sementara itu, pengelolaan rumah tahfidz

yang professional tentu memerlukan biaya, antara lain berupa biaya untuk transportasi ustadz/ustadzah sejumlah 6 orang, biaya komunikasi, biaya listrik, pengadaan peralatan serta alat tulis lainnya. Adapun alternatif yang sudah ditempuh antara lain lewat penjualan buku dan penggalangan dana, meski begitu pilihan ini belum memberikan hasil yang memuaskan dan menjamin keberlangsungan operasional rumah tahfidz. Hal ini tidak mengurangi niatan pengelola untuk terus mengembangkan sayap pendidikan guna kemajuan umat, bangsa dan negara.

Secara potensi, pengelola bersama relawan baik dari kalangan umum maupun orang tua/wali murid dapat diharapkan semangatnya dalam memperjuangkan keberlangsungan lembaga pendidikan tersebut. Dalam sebuah hadist dinyatakan bahwa 99 dari 100 pintu rizki berasal dari perdagangan. Pilihan untuk penggalan dana dari sector perdagangan ini cukup realistis sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi. perkembangan perekonomian dewasa ini sebenarnya menawarkan peluang bagi mereka yang menguasai paling tidak aspek dasar dari teknologi informasi. Meski begitu, hal ini belum diimbangi dengan ketrampilan yang menunjang khususnya dalam pemanfaatan pemasaran digital melalui *marketplace*. Akibatnya potensi tersebut belum termanfaatkan dengan optimal.



Gambar 1 Suasana di Rumah Tahfidz ISMAIL

Dalam sebuah hadist dinyatakan bahwa 99 dari 100 pintu rizki berasal dari perdagangan. Pilihan untuk penggalan dana dari sector perdagangan ini cukup realistis sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi. perkembangan perekonomian dewasa ini sebenarnya menawarkan peluang bagi mereka yang menguasai paling tidak aspek dasar dari teknologi informasi. Meski begitu, hal ini belum diimbangi dengan ketrampilan yang menunjang khususnya dalam pemanfaatan pemasaran digital melalui *marketplace*. Akibatnya potensi tersebut belum termanfaatkan dengan optimal.

Pada era revolusi industri 4.0 usaha untuk memulai, mempertahankan dan mengembangkan bisnis dapat memanfaatkan platform digital sebagai solusinya (Awali, 2020; Perdamai, Puspita and Frida, 2020). Platform digital yang dimaksud yang dapat dimanfaatkan untuk memuali usaha adalah platform digital *marketplace*. Saat ini di Indonesia terdapat banyak pilihan marketplace baik yang pada awalnya diinisiasi dari dalam negeri maupun yang berasal dari luar negeri. Berdasarkan riset ShopBack sebagaimana dikutip Kompas pada tahun 2021, di antara marketplace tersebut lima yang

paling populer antara lain yakni Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak dan Blibli (Kompas.com, diakses pada 30 Juni 2022).

Di *marketplace* tersebut beragam produk dapat diperjualbelikan antara lain berupa buku, peralatan rumah tangga, fashion, peralatan elektronik, hasil kerajinan hingga produk pertanian. Selain itu, *marketplace* memiliki keuntungan dalam memasarkan produk karena memiliki jaringan yang sangat luas. Penjualan dan pemasaran barang merupakan beberapa keuntungan dari *marketplace* yang didapat untuk dimanfaatkan oleh pengusaha baru memulai usaha (Pramudita *et al.*, 2022).

Di sisi lain, saat ini angkatan kerja di dunia dan juga termasuk di Indonesia didominasi oleh empat generasi, yaitu generasi baby boomers (lahir 1946 – 1960), generasi X (lahir 1961 – 1980), dan generasi Y atau Millennial (lahir 1981 - 1995) juga generasi Z (lahir 1996 – 2010) (Asriandi and Putri, 2020). Jika mendasarkan pada pengkategorian di atas, para pengelola dan relawan yang siap membantu penggalangan dana untuk operasional rumah tahfidz ISMAIL sebagian besar merupakan generasi Z. Sementara kelangan orang tua / wali murid terdapat generasi X dan Y.

Generasi Z merupakan generasi muda yang merupakan sumber daya potensial dalam pembangunan. Meski demikian, pemuda juga dapat menjadi racun apabila terlibat dalam berbagai penyimpangan social. Sebaliknya mereka bisa berperan sebagai agen perubahan dalam pembangunan termasuk sebagai pelopor perubahan di pedesaan. Temuan penelitian (Astuti, 2019) menekankan dua hal. Pertama, dalam upaya pemberdayaan kepemudaan di berbagai bidang sosial, budaya serta ekonomi perlu disertai dengan gerakan literasi digital. Kedua, keterampilan literasi digital pemuda dapat berkontribusi pada pembangunan desa melalui pemanfaatan internet.

Generasi Z sendiri digambarkan sebagai *digital native*, yang lahir dan besar dalam dunia yang sudah tersedia internet di dalamnya (Rastati, 2018). Mereka terbiasa dengan teknologi yang serba cepat namun memiliki sifat tidak sabar. Tentu ini berlaku terutama bagi kelas menengah yang tinggal perkotaan. Karena karakteristik khusus generasi Z tersebut (Kusumaningtyas, Sholehah and Kholifah, 2020) mengusulkan metode-metode pembelajaran yang tepat bagi mereka diantaranya *inquiry based learning, problem based learning, experiential based learning, task based learning, theme based learning, cooperative learning, project based learning* serta *pemanfaatn teknologi oembelajaran*.

Para pengelola dan relawan beserta paguyuban orang tua/wali murid telah memulai prakarsa pendirian rumah tahfidz. Kendala berupa pembiayaan untuk menjaga keberlangsungan operasional hendaknya tidak menjadi penghalang cita-cita pendirian lembaga pendidikan tersebut. Berdasarkan kajian teoritis alternatif yang dipilih oleh tim pengabdian masyarakat adalah mengoptimalkan upaya penggalangan dana lewat perdagangan dengan memanfaatkan platform *marketplace* “tokopedia”. Adapun upaya pendampingan dilaksanakan melalui pelatihan singkat disertai tutorial praktis, dan dilanjutkan dengan *follow up*/ evaluasi kegiatan.

METODE PELAKSANAAN

Guna mengoptimalkan upaya pendampingan pemanfaatan platform *marketplace* untuk para pengelola, relawan dan orang tua/wali murid Rumah Tahfidz ISMAIL, beberapa langkah perlu dilaksanakan.

Adapun langkah pertama yaitu perancangan kegiatan yang dilakukan bersama dengan pengelola serta wali murid yang menjadi sasaran kegiatan dalam hal ini Rumah Tahfidz ISMAIL. Hal ini penting agar inisiatif kegiatan yang dilakukan tidak bersifat *top-*

down namun ada unsur *bottom-up* yang kuat. Dengan demikian diharapkan penyelenggaraan pelatihan agar lebih sistematis dengan target capaian yang jelas dan metode yang tepat. Selain itu diharapkan ada rasa memiliki terhadap program yang dijalankan dengan pendekatan yang lebih partisipatif ini.

Langkah kedua yakni penguatan motivasi secara ruhiyah kepada seluruh peserta. Hal ini penting karena kegiatan pasca pekatihan justru akan lebih intens. Intensitas aktivitas ini memerlukan durabilitas yang tinggi sebagaimana sifat-sifat kewirausahaan sejati. Ditambah lagi, era revolusi digital telah membawa tantangan dan peluangnya sendiri yang perlu kecepatan, eklenturan dan ketangguhan untuk menghadapinya dan menyesuaikan diri terhadapnya.

Langkah ketiga berupa pemberian pelatihan berupa dasar-dasar digital marketing khususnya *marketplace* “Tokopedia” dan lainnya seperti “Shopee”, “Bukalapak” baik secara teoritis maupun praktik langsung. Materi dasar pemasaran yang diberikan antara lain berupa pemaparan singkat mengenai *marketing mix* (bauran pemasaran). Bauran pemasaran merupakan bagian integral dari strategi pemasaran perusahaan yang berada di perhubungan antara perusahaan dan pasar. Dengan demikian, ia berkembang bersama dengan pasar dan pemangku kepentingannya. Selama dekade terakhir, tiga pendorong global mendasar telah muncul—kemajuan dalam teknologi, pergeseran sosial ekonomi dan geopolitik, dan perubahan lingkungan—yang telah menyebabkan evolusi besar yang berkelanjutan dan intensif di pasar, pemangku kepentingannya, dan, pada gilirannya, bauran pemasaran

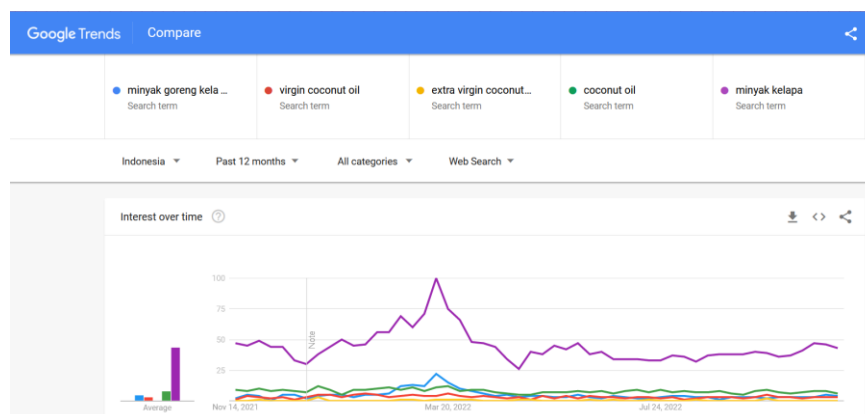
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berbagai langkah yang direncanakan akhirnya dilaksanakan pada akhir bulan September hingga akhir Oktober 2022. Pada akhir bulan September 2022 dilaksanakan kegiatan yang merupakan langkah pertama dari rangkaian kegiatan yaitu berupa pertemuan awal bersama pengurus inti Rumah Tahfidz ISMAIL untuk menjelaskan perlunya rancangan kegiatan dan juga untuk menyepakati rancangan kegiatan. Pada kegiatan awal tim pengabdian masyarakat bertemu dengan pembina Rumah tahfidz ISMAIL dan juga beberapa pengelola kegiatan harian di Rumah Tahfidz ISMAIL. Perwakilan tim pengabdian masyarakat menjelaskan alur kegiatan pengabdian masyarakat beserta tujuan yang hendak dicapai. Dari pertemuan tersebut disepakati bahwa pertemuan bersama pengelola, relawan dan orang tua / wali murid Rumah Tahfidz ISMAIL akan dijadwalkan pada bulan berikutnya. Adapun kesepakatan lain menyangkut teknis acara berupa pemberian motivasi dari pemateri beserta teori dan praktik pemasaran *digital* yang dapat segera dipraktikkan.

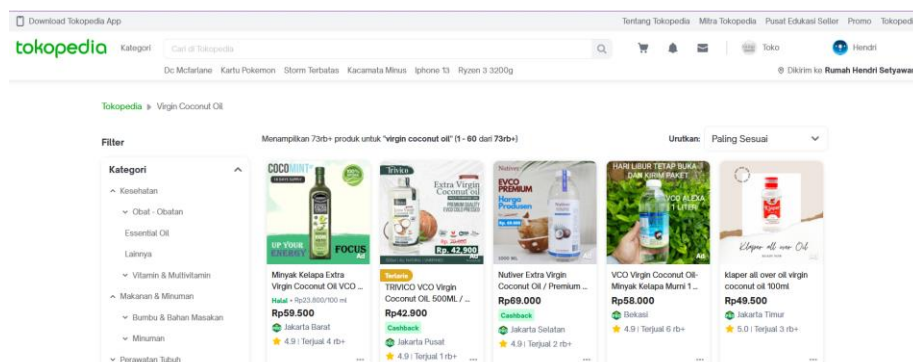
Pada saat pelaksanaan kegiatan pertemuan dengan orang tua wali murid serta pengelola Rumah Tahfidz, beberapa materi disajikan antara lain yang pertama adalah motivasi kewirausahaan baik dari sudut pandang keilmuan secara umum dan khususnya dari sudut pandang muslim. Dijelaskan beberapa pengertian *entrepreneurship* secara luas, sebagai orang yang memfokuskan diri pada inovasi dan penciptaan kreasi yang dituangkan menjadi gagasan dalam bentuk usaha baik secara mandiri maupun di dalam lingkup organisasi (*intrapreneurship*). Dengan demikian semangat kewirausahaan tidak hanya bagi usahawan namun juga bagi yang bekerja di dalam entitas maupun organisasi. Dari sudut pandang kenyataan ekonomi, sejarah dan teks agama dinyatakan bahwa aktivitas perdagangan memiliki potensi yang sangat tinggi dalam penciptaan kesejahteraan. Perpaduan antara semangat *intrapreneurship* dan *entrepreneurship* dalam usaha perdagangan hendaknya dilandasi niatan keikhlasan menjalankan tuntunan

agama. Dalam tuntunan agama manusia diajarkan untuk memiliki kemandirian dan pantang menyerah untuk selalu berusaha secara maksimal.

Selanjutnya terkait ikhtiar, dijelaskan bahwa dalam tuntunan agama pula diajarkan agar muslim bersikap *itqan* (tekun, professional). Profesionalisme dalam mengawali bisnis antara lain ditunjukkan dengan mengenali tren terkini dalam bisnis. Tren yang sering terlewatkan adalah kemudahan pencarian tren terkini lewat google. Google menyediakan fasilitas pencarian tren kata apa yang sedang banyak dicari di internet lewat google. Melalui fitur compare, kita bisa membandingkan tren pencarian berbagai pilihan kata yang mewakili hal yang relative sama, misalnya pencarian dengan kata “minyak kelapa” secara konsisten ternyata paling tinggi dibandingkan coconut oil, minyak goreng kelapa dll. Hal ini penting untuk penamaan produk yang kita tawarkan secara *online*.



Tren lain yang jelas terlihat fenomenanya adalah bisnis secara *online* melalui *marketplace*. Dengan mudah kita bisa melihat arena persaingan. Selanjutnya bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) perlu dieksekusi dengan baik. Contoh yang didiskusikan adalah produk “minyak goreng kelapa”, “*virgin coconut oil*” yang hendak dipasarkan.



Gambar 2. Tangkapan layar produk *virgin coconut oil* di *marketplace*

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan yang terlaksana peserta mengapresiasi berbagai wawasan baru yang didapatkan. Wawasan mengenai strategi pencarian tren lewat google serta penerapan bauran pemasaran pada produk yang ditawarkan secara *online* lewat *marketplace* sangat menarik karena teori langsung diterapkan pada praktik nyata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang yang telah memberi dukungan *financial* dan fasilitas lainnya sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asriandi and Putri, K. N. (2020) 'Kompetensi Generasi Z Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Perguruan Tinggi Di Makassar)', *Journal of Management & Business*, 3(3), pp. 184–200.
- [2] Astuti, E. Z. L. (2019) 'Gerakan Literasi Digital: Studi Pemberdayaan Pemuda Melalui Program Sistem Informasi Potensi Kreatif Desa di Kulonprogo', *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 3(2). doi: 10.14421/jpm.2019.032-05.
- [3] Awali, H. (2020) 'Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19', *BALANCA : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), pp. 1–14. doi: 10.35905/balanca.v2i1.1342.
- [4] Julian R.K. Wichmann, Abhinav Uppal, Amalesh Sharma, Marnik G. Dekimpe. (2022) A global perspective on the marketing mix across time and space, *International Journal of Research in Marketing*, Volume 39, Issue 2, Pages 502-521, ISSN 0167-8116, <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.001>. (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167811621000665>)
- [5] Kusumaningtyas, R., Sholehah, I. M. and Kholifah, N. (2020) 'Peningkatan Kualitas Pembelajaran Guru Melalui Model dan Media Pembelajaran bagi Generasi Z', *Warta LPM*, 23(1), pp. 54–62. doi: 10.23917/warta.v23i1.9106.
- [6] Perdamaian, P. D. J., Puspita, A. and Frida, N. (2020) 'Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan COVID-19 di Indonesia', *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 2(2), pp. 84–94. doi: 10.52005/aktiva.v2i3.61.
- [7] Pramudita, B. A. et al. (2022) 'Pemanfaatan marketplace tokopedia untuk pengembangan usaha dalam meningkatkan perekonomian di tengah dampak pandemi covid-19', *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(1), p. 80. doi: 10.33474/jipemas.v5i1.11694.
- [8] Rastati, R. (2018) 'Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta', *Jurnal Kwangsan*, 6(1), p. 43. doi: 10.31800/jurnalkwangsan.v6i1.72.