

Pemberdayaan Desa Batu Ampar Melalui Pemasaran Digital Madu Hutan Mangrove: Studi Kasus PKM-KI Mahasiswa Pascasarjana Ekonomi Syariah IAIN Pontianak

Noviansyah,
Institut Agama Islam Negeri Pontianak, Indonesia
noviansyah@iainptk.ac.id

Syahbudi
Institut Agama Islam Negeri Pontianak, Indonesia
syabbudirahim@gmail.com

Gunawan,
Institut Agama Islam Negeri Pontianak, Indonesia
kokogunawanmuslim@gmail.com

Ismail Ruslan
Institut Agama Islam Negeri Pontianak, Indonesia
ismailruslaniainpontianak@gmail.com

Ridho Arnanda
Institut Agama Islam Negeri Pontianak, Indonesia
ridarnanda@gmail.com

Abstract

This study examines the community's reliance on mangrove forests, particularly through the establishment of charcoal kiln businesses as a primary livelihood in Batu Ampar Village, following the decline of sawmill operations. The production of charcoal requires large quantities of mangrove wood, leading to significant environmental impacts, including the reduction of mangrove forests, increased carbon emissions, and deteriorating public health. In response to these challenges, social movements among mangrove honey farming groups have emerged, focusing on ecological revitalization efforts. This research aims to explore the role of social movement strengthening through mentoring by PKM-KI students from the Sharia Economics Master's program, specifically in the development of digital platform-based marketing strategies for mangrove honey businesses. Using a qualitative descriptive approach, the study analyzes field data to evaluate the effectiveness of digital marketing in promoting mangrove honey as an alternative livelihood. The results highlight the potential of digital platforms in expanding the market for local mangrove honey products, offering a sustainable livelihood for the community while supporting environmental conservation.

Keyword : *Mangrove Forest, Mangrove Honey Business, Digital Marketing, PKM-KI Fostering*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji ketergantungan masyarakat pada hutan mangrove, khususnya melalui pendirian usaha pembuatan arang sebagai mata pencaharian utama di Desa Batu Ampar, setelah menurunnya kegiatan penggergajian kayu. Proses produksi arang membutuhkan kayu mangrove dalam jumlah besar, yang berdampak signifikan terhadap

lingkungan, termasuk berkurangnya area hutan mangrove sebagai penyangga ekosistem, peningkatan emisi karbon, dan penurunan kualitas kesehatan masyarakat. Sebagai respons terhadap tantangan ini, muncul gerakan sosial di kalangan kelompok petani madu mangrove yang berfokus pada upaya revitalisasi ekologis. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran penguatan gerakan sosial melalui pendampingan oleh mahasiswa PKM-KI dari Program Magister Ekonomi Syariah, khususnya dalam pengembangan strategi pemasaran berbasis platform digital untuk usaha madu mangrove. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menganalisis data lapangan untuk menilai efektivitas pemasaran digital dalam mempromosikan madu mangrove sebagai mata pencaharian alternatif. Hasil penelitian menyoroti potensi platform digital dalam memperluas pasar produk madu mangrove lokal, yang menawarkan mata pencaharian berkelanjutan bagi masyarakat sambil mendukung pelestarian lingkungan.

Kata Kunci : *Hutan Mangrove, Usaha Madu Mangrove, Pemasaran Digital, Pendampingan PKM-KI*

Pendahuluan

Batu Ampar, merupakan hamparan wilayah kepulauan terletak di Kabupaten Kuburaya. Batu Ampar sepanjang sejarah telah menjadi saksi bisu atas kejayaannya sebagai daerah penghasil kayu mentah bagi kebutuhan pasar domestik hingga ekspor ke mancanegara era tahun 1970-an hingga 1980-an bahkan menurut informasi yang di-*release* terdapat pelabuhan Internasional Teluk Air saat itu¹. Selain menyediakan bahan kayu mentah terbaik dengan berbagai jenis variannya, Batu Ampar turut menjadi tempat pengolahan kayu setengah jadi dengan berdirinya *sawmil* (baca: somel) dan perusahaan-perusahaan kayu terbesar masa itu. Tak ayal, tersedianya kayu hasil sumber hutan menjadikan Batu Ampar berkembang pesat sempat menjadikannya sebagai pusat ekonomi perdagangan internasional di Kabupaten Pontianak saat itu (sebelum terjadi pemekaran wilayah menjadi Kabupaten Kuburaya seperti saat ini).

Sumber utama kayu hutan di Desa Batu Ampar setidaknya sekitar 80% ditempati jenis mangrove, seperti bakau sekati, bakau nyirih, bakau minyak, bakau api-api, bakau akik, bakau kacang dan lain sebagainya². Kayu mangrove bagi masyarakat Batu Ampar sendiri telah dijadikan sebagai bahan komoditas produk perdagangan berupa arang. Arang mangrove atau dikenal arang bakau, hingga kini dikenal sebagai penopang utama pendapatan keluarga sebagian besar masyarakat Batu Ampar (hampir 90% masyarakat bergantung pada produksi arang) terutama di Dusun Gunung Keruing, Dusun Batu Ampar dan Dusun Limau Manis³. Setidaknya menurut penuturan masyarakat setempat, media pengolahan arang bakau yang dikenal dengan *Dapur Arang* telah ada sejak tahun 1922. Fakta ini didapati bukti lokasi dapur arang tertua tersebut. Saat ini, setidaknya masih terdapat 560 buah dapur arang produktif yang terdata di Desa Batu Ampar dengan jumlah produksi sekitar 4-6 tons per-hari. Besarnya

¹ Hasnan Sutanto, "Sejarah Kejayaan Batu Ampar Tinggal Kenangan," Jejak Nasional, 2022.

² Muhammad Iqbal, "Desa Batu Ampar, Kalimantan Barat Dengan Kawasan Mangrove Di Sungai Terpanjang Indonesia," *Lindungi Hutan*, 2022, 1–8.

³ Rendra Oxtora, "Warga Batu Ampar Pertahankan Pembuatan Arang Mangrove," Antara News Kalbar, 2018.

jumlah produksi arang bakau seakan berbanding lurus dengan luas hutan mangrove di Desa Batu Ampar mencapai hingga 29.000 Ha ⁴.

Tersedianya jumlah dapur arang produktif hingga saat ini turut mengindikasikan bahwa sebenarnya terdapat peningkatan permintaan kebutuhan arang melalui market lokal, domestik hingga negara luar. Meskipun demikian, kurang berbanding lurus dengan kenaikan harga jual arang per-tahunnya. Diketahui, kualitas arang super mencapai harga 4.800/kg dan harga 2.500 /kg kualitas paling rendah. Harga ini sebenarnya naik sedikit lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya.

Meski demikian, pekerjaan dapur arang ini hingga kini tetap digeluti masyarakat setempat. Banyak keluarga di Desa Batu Ampar telah menggantungkan pendapatan ekonominya melalui pekerjaan dapur arang. Dapat dikatakan, satu dapur arang (kapasitas 4-6 ton) selama proses produksi membutuhkan 16-18 orang tenaga kerja, mulai dari penebangan, pengangkutan (pemikul), pemotongan, tekong api (penjaga stabilnya suhu pembakaran), pembongkaran (panen), pengemasan dan pengangkutan ke tongkang. Demikian satu fakta bahwa, pekerjaan dapur arang turut serap tenaga kerja sebagai problem solving menekan angka pengangguran di Desa Batu Ampar. Estimasi proses produksi dapur arang dapat dikalkulasi sebagai berikut ; 1 dapur arang (kapasitas kecil 4 ton) membutuhkan sebanyak 69 pohon kayu mangrove (ukuran diameter 35 cm) serta dilakukan 8 kali proses panen/tahun. Lebih jauh, jika dikalkulasi dengan rata-rata tersedia 400 tungku dapur arang aktif di Desa Batu Ampar maka dibutuhkan 220.800 batang pohon mangrove / tahun. Hal inipun belum berimbang dengan langkah reboisasi yang membutuhkan waktu 4-5 tahun bagi kayu mangrove tumbuh produktif.

Realitas ini, menyisakan satu hal penting yang perlu kita renungkan kembali yakni sampai kapan hutan luas Desa Batu Ampar mampu menyediakan kayu mangrove demi menjamin kelangsungan hidup ? Jika diproyeksi lebih jauh, bagaimana masa depan Desa Batu Ampar tanpa hutan mangrove dapat bertahan sebagai “perisai laut” ? serta apakah hutan mangrove dimasa depan dapat menjadi “surga” bagi flora dan satwa langka ? Keberlangsungan hutan mangrove dalam menyediakan bahan baku kehidupan nampaknya sudah mendekati titik nadir sebagai penyangga mata pencarian masyarakat setempat. Mangrove sendiri secara alami memiliki partisipasi positif dalam siklus ekosistem antara lain ; penyerapan karbon, siklus nutrisi serta tempat berlindung dan berkembang biak mahluk hidup ⁵. Relevan dengan tulisan yang dikemukakan Nontji dalam Sumar bahwa fungsi mangrove sebagai *pertama* fungsi fisis (pencegahan abrasi, proteksi terhadap angin, mencegah intrusi garam serta penghasil unsur hara), *kedua* fungsi biologis (tempat pengembangan telur dan kelangsungan hidup biota), *ketiga* fungsi ekonomis (bahan bakar, bahan bangunan, serat sintetis, obat-obatan dan lain sebagainya) ⁶.

⁴ Jejaring Desa Wisata, “Desa Wisata Ekoeduwisata Mangrove Desa Batu Ampar,” Kemenparekraf, 2023.

⁵ Andi Muhammad Akram and Hasnidar Hasnidar, “Identifikasi Kerusakan Ekosistem Mangrove Di Kelurahan Bira Kota Makassar,” *JOURNAL OF INDONESIAN TROPICAL FISHERIES (JOINT-FISH) : Jurnal Akuakultur, Teknologi Dan Manajemen Perikanan Tangkap, Ilmu Kelautan* 5, no. 1 (2022): 1–11, <https://doi.org/10.33096/joint-fish.v5i1.101>.

⁶ Sumar Sumar, “Penanaman Mangrove Sebagai Upaya Pencegahan Abrasi,” *Ikraith-Abdimas* 4, no. 1 (2021): 126–30.

Keironian masa depan masyarakat Batu Ampar yang menggantungkan ekonominya pada hutan mangrove seakan berada depan mata. Jika proses produksi dapur arang terus ditingkatkan bisa dibayangkan daya tahan daratan Desa Batu Ampar terhadap gempuran abrasi air laut dan punahnya mahluk hidup yang banyak menggantungkan pada kelestarian hutan mangrove ditambah lagi dengan penurunan kualitas kesehatan masyarakat setempat karena meningkatnya volume gas emisi karbon sebagai dampak proses produksi arang dapur yang berkelanjutan. Karena sejatinya, kehadiran hutan mangrove sebagai media penyerapan karbon guna mencegah meningkatnya pemanasan global akibat kenaikan volume gas di atmosfer⁷.

Realitas yang terjadi di Desa Batu Ampar saat ini, setidaknya telah menyadarkan sebagian kelompok masyarakat untuk melakukan *social movement* guna mengubah *mindset* masyarakat secara nyata dan terorganisir. Upaya revitalisasi ekologis hutan mangrove dilakukan dengan menggali berbagai potensi dari kekayaan hutan mangrove, salah satunya melalui usaha tani hutan madu mangrove. Sebagai matapencarian alternatif usaha tani madu mangrove ini butuh waktu dan *effort* dari masyarakat hingga perhatian pemerintah dan pihak swasta untuk dapat berkembang maju hingga masyarakat dapat secara total meninggalkan pekerjaan usaha tani dapur arang. Tantangan serius usaha tani madu mangrove dalam aspek *marketing*. Pola pemasaran madu mangrove saat ini masih dapat dikatakan konvensional, mulai dari media galeri dan expo hingga terbatas pemasangan iklan di beranda media sosial *facebook* pribadi. Secara ekonomis hasil pemasarannya hanya dapat memenuhi pasar lokal. Perkembangan dunia digital saat ini harus dapat dijadikan sebagai instrumen dalam pemasaran produk, namun karena penggunaan perangkat butuh pemahaman AI (artificial intelegen) yang komprehensif maka ini kembali menjadi persoalan baru bagi kelompok usaha tani madu mangrove saat ini. Oleh karena itu, kehadiran pendampingan PKM-KI mahasiswa pascasarjana ekonomi syariah sebagai bentuk kepedulian Perguruan Tinggi atas persoalan sosial dan ekonomi masyarakat daerah saat ini sekaligus turut mendukung pengembangan alternatif matapencarian masyarakat salah satunya usaha tani madu mangrove yang sekaligus sebagai *social movement* revitalisasi ekologi bagi pelestarian ekosistem hutan mangrove di Desa Batu Ampar.

Dukungan pelestarian hutan mangrove telah begitu banyak dilakukan melalui tulisan ilmiah bertajuk kajian riset yang relevan dengan penelitian ini, mulai dari pemanfaatan hutan mangrove bagi kelangsungan ekosistem dan biota seperti ; Ketaren David (2023) mengulas tentang manfaat hutan mangrove dalam menekan peeningkatan emisi gas rumah kaca guna mencegah pemanasan global⁸. Sigit D Sasmito dkk (2023) melalui *policy brief* menarasikan kebijakan restorasi dan rehabilitasi hutan mangrove dalam mencapai *Sutainable Development Goals* (SDGs)⁹. Partama I Gd dkk (2024) melalui risetnya memperoleh hasil penelitian tentang Indeks Nilai Penting (INP) eksosistem mangrove dan pemetaan tingkat kerentanan

⁷ David Gina Kimars Ketaren, "Peranan Kawasan Mangrove Dalam Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca Di Indonesia," *Jurnal Kelautan Dan Perikanan Terapan (JKPT)* 1 (2023): 73, <https://doi.org/10.15578/jkpt.v1i0.12050>.

⁸ Ketaren.

⁹ S D Sasmito et al., "Merestorasi Hutan Mangrove Indonesia Dengan Benar Dapat Membantu Pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs)," *Researchgate.Net*, no. January (2023), <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28671.89762>.

ekosistem mangrove¹⁰. Satu dari hasil penelitian yang mendekati yakni Iwan Hasrizart (2023) hasil yang didapat mendorong masyarakat untuk membudidayakan lebah madu hutan bakau sebagai sumber pendapatan baru masyarakat Desa Pasar Rawa Kabupaten Langkat Sumatera Utara melalui program pengabdian pada masyarakat¹¹. Dari beberapa kajian riset yang relevan mengenai hutan mangrove dan langkah pelestariannya telah banyak mencuri perhatian publik termasuk upaya penggalian potensi berupa madu hutan mangrove itu sendiri. Namun, meski terlihat kasuistik penelitian yang relevan dengan gerakan pelestarian ekosistem hutan mangrove sebagai *social movement* dan pengembangan marketing berbasis platform berbasis digital masih sangat penting untuk dikaji lebih mendalam.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berarti penelitian berupaya mendeskripsikan fakta dan realitas dilapangan baik dalam bentuk ucapan, tulisan atau perilaku yang diamati. Pendekatan guna menghasilkan deskripsi tentang ucapan, tulisan dan perilaku individu atau kelompok masyarakat masyarakat yang diamati¹². Konteks penelitian ini lebih memfokuskan melalui pengamatan dan interview. Penelitian dilakukan di Desa Batu Ampar di tiga dusun; Limau Manis, Keruwing, dan Batu Ampar. Tahapan penelitian turut melakukan pelacakan dan penelusuran kepustakaan, artikel, jurnal yang relevan. Teknik pengumpulan dilakukan melalui pengamatan (observasi) dan wawancara mendalam (*deep interview*). Sebagaimana pandangan Johnson dalam Hasanah bahwa aobservasi merupakan teknik awal dan *basic* dalam riset dan teknik yang paling sering digunakan dapat berbentuk observasi partisipan, rancangan penelitian eksperimental dan wawancara¹³. Aktivitas penelitian dalam proses observasi menggunakan instrumen alat perekam media audio visual. Wawancara mendalam dilakukan melalui informan kunci. Penafsiran secara ilmiah dilakukan dengan menganalisis data dengan pemaknaan secara mendalam dan *emic* (penafsiran sesuai realitas yang ada). Paparan penyajian data diolah dan diorganisir secara ringkas dan terstruktur secara naratif.

Observasi dilakukan di tiga dusun Desa Batu Ampar lokasi prosuksi dapur arang sekaligus lokasi usaha tani madu hutan mangrove. Observasi memperoleh data emperis tentang teknis, respon dan persepsi dari petani dapur arang dan petani madu hutan mangrove. Wawancara terstruktur turut dilakukan secara mendalam kepada pelaku langsung usaha tani dapur arang dan madu hutan mangrove.

Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dianalisa secara kualitatif, tahapan yang dilakukan melalui reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan. Tahapan reduksi data dengan melakukan filterisasi data yang masih mentah dan mengambil

¹⁰ I. G Y Partama et al., "Pemetaan Kerentanan Ekosistem Mangrove Berdasarkan Aspek Fisik, Biologi Dan Antropogenik Di Kawasan Taman Hutan Raya Ngurah Rai- Bali Berbasis SIG," *Jurnal Ilmu Lingkungan* 22, no. 3 (2024): 648–57, <https://doi.org/10.14710/jil.22.3.648-657>.

¹¹ Iwan Hasrizart, Asmara Sari Nasution, and Ali Imran, "Pemanfaatan Hutan Mangrove Sebagai Habitat Lebah Madu Hutan Bakau Desa Pasar Rawa Kec. Gebang Kab. Langkat," *Jurnal Derma Pengabdian Dosen Perguruan Tinggi (Jurnal DEPUTI)* 3, no. 2 (2023): 186–90, <https://doi.org/10.54123/deputi.v3i2.280>.

¹² Muhamad Husein, "Pemenuhan Hak Anak Dan Upaya Terciptanya Tertib Administrasi Kependudukan," *Jurnal Pemandu* 5, no. 1 (2024): 264–69.

¹³ Hasyim Hasanah, "TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)," *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): 21, <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>.

secara relevan. Penyajian data melalui deskripsi data secara naratif disertai tabel guna memberikan gambaran jelas dan terinci. Sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasi data yang telah dianalisis guna menjawab pertanyaan penelitian dan memperoleh tujuan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Madu Hutan Mangrove : Alternatif Pendapatan dan Penyadaran Revitaliasi Ekologi

Meski aktivitas dapur arang masyarakat Desa Batu Ampar kini masih *on going*, namun dibalik ini sebenarnya terdapat potensi tantangan terbesar kedepan. Masyarakat Desa Batu Ampar harus “reaktif” mencari peluang alternatif bagi penyangga ekonominya. Satu dari sekian banyak warga yang menaruh perhatian atas kondisi ini, adalah pak Suheri dan rekan kelompok usaha taninya di Dusun Limau Manis Desa Batu Ampar. Keprihatinannya untuk menjadikan hutan mangrove Desa Batu Ampar terjaga dan lestari diwujudkan dengan merintis alternatif-alternatif mata pencarian baru. Salah satu bentuk rintisan usaha yang masih eksis hingga saat ini usaha tani madu hutan mangrove. Usaha tani madu hutan mangrove yang dibentuk sebenarnya didorong atas hal-hal mendasar, diantaranya ;

a. Jejaring dan hubungan relasi dengan pihak luar

Isu-isu ekologi (lingkungan) sebenarnya telah menjadi perhatian dan hangat dibicarakan dunia global setidaknya pada medio dekade tahun 2000-an. Setidaknya *Google Trend* menampilkan kurun waktu lima tahun terakhir isu pemanasan global masih menunjukan tren cenderung meningkat ¹⁴. Telah lama dunia menaruh perhatian pada persoalan lingkungan bahkan disebutkan John Baylis dan Steve Smith dalam Diah (2013) bahwa isu ekologi sebagai isu keamanan non konvensional ¹⁵. Isu ekologi dimaksud diantaranya; *climate change*, *global warming*, emisi gas rumah kaca, krisis air dan lain sebagainya. Beberapa lembaga Non Government Organization (NGO) internasional dan nasional maupun LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) turut mengambil peran sosial dan persoalan lingkungan. Sebut saja NGO Blue Forest (Yayasan Hutan Biru) dan LSM SAMPAN (Sahabat Masyarakat Pantai) ini turut andil hadir memberikan pendampingan bagi masyarakat setempat dalam pemanfaatan, pengendalian dan pengelolaan sumber daya alam sekitar. Hubungan yang intens dalam diskursus mengenai lingkungan bersama jejaring NGO dan LSM ini memberikan pengaruh atas cara pandang dan motivasi kuat bagi suheri dan rekan menjadikan usaha tani madu hutan mangrove sebagai alternatif. Peran andil NGO dan LSM sendiri sebenarnya sebagai partner bagi pemerintah dalam aspek menyediakan layanan dasar sosial, pengembangan kekuatan sosial masyarakat serta menjaga lingkungan. Sebagaimana pandangan Lewis dalam Rachman (2018) Setidaknya NGO dan LSM ini memiliki 3 unsur yang dibutuhkan dalam pendampingan masyarakat ; pelaksana, katalisator dan mitra ¹⁶.

¹⁴ Ray March Syahadat and Rizal Ichsan Syah Putra, “Pemanasan Global Dan Kerusakan Lingkungan: Apakah Masih Menjadi Isu Penting Di Indonesia?,” *Jurnal Envirotek* 14, no. 1 (2022): 43–50, <https://doi.org/10.33005/envirotek.v14i1.179>.

¹⁵ Diah Ayu Pratiwi, “Isu Global Warming Dan Sikap Dunia Internasional,” *Jurnal Dimensi Universitas Riau Kepulauan* 2, no. 1 (2013): 1–13.

¹⁶ M. Aulia Rachman and Syamsuddin Syamsuddin, “Meningkatkan Peran Mobilisasi Sosial Dalam Membentuk Sinergi Antara Pemerintah Dan Non-Governmental Organization (NGO) Dalam Upaya

b. Resistensi dan eksepten lingkungan

Dalam konteks sosial sebuah perubahan adakalanya dapat diterima dan ditolak. Resistensi (penolakan) atas perubahan dapat lahir ketika terjadi kondisi yang mengancam nilai yang dianut oleh kelompok sosial¹⁷. Resistensi sosial dalam wajah yang berbeda turut terjadi dalam kondisi masyarakat Desa Batu Ampar. Gagasan merintis dan mengembangkan usaha tani madu hutan mangrove dikalangan masyarakat Desa Batu Ampar merupakan hal baru. Setidaknya ada beberapa alasan sebagian masyarakat Desa Batu Ampar menolak untuk berpindah mata pencarian alternatif dari petani arang bakau menjadi petani madu hutan mangrove antara lain ; usaha madu tidak akan mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga, sulitnya mencari sarang madu lebah, selain itu, soal keamanan dan keselamatan dalam pencarian madu, pohon yang sangat tinggi membutuhkan skill memanjat, keberanian menghadapi resiko sengatan lebah. Beberapa alasan ini menjadi sebagian masyarakat Desa Batu Ampar membentuk kelompok yang resisten atau menolak usaha madu hutan mangrove sebagai alternatif. Adanya kelompok resisten dalam relasi sosial tentu akan membentuk kelompok. Kelompok lainnya menerima secara positif (eksepten) dengan argumentasi bahwa penting sekali untuk menjaga kelestarian dan keberlangsungan hutan mangrove, kayu mangrove yang terus menerus ditebang akan menurunkan daya tahan ekosistem sebagai tempat tinggal makhluk hidup. Kalkulasi kebutuhan kayu mangrove kurang lebih 220.800 per-tahun dalam proses produksi dapur arang tentu tidak dapat dianggap sebelah mata, krisis daya tahan hutan sebagai penyangga seluruh makhluk hidup didalamnya kian terancam dan juga bukan tidak mungkin akan berdampak pada kelangsungan hidup anak cucu masyarakat Desa Batu Ampar. Oleh karena itu, dapat dikatakan pandangan kelompok eksepten ini didasari atas *sequencing logic* bahwa daya tahan hutan mangrove tidak akan berlangsung lama jika eksploitasi kayu tidak dikendalikan, selain itu gagasan alternatif usaha madu mangrove ini tidak hanya persoalan ekonomi (mengurangi dominasi peran-peran cukong dalam mengendalikan harga arang bakau) namun juga menjaga *sustainability* kualitas hidup masyarakat yang menggeluti usaha dapur arang yang akrab gangguan ispa (infeksi saluran pernafasan) karena intensitas hirup gas karbon dioksida (CO₂) maka argumentasi *sequencing logic* ini bagaimana mengubah cara pandang masyarakat terhadap ekologi dengan menjaga hutan mangrove masa mendatang. Adanya kelompok masyarakat yang menerima gagasan perubahan Suhairi karena pendekatan dilakukan secara *educative change strategy* (mendidikasi masyarakat melalui pengetahuan dan pentingnya perubahan)¹⁸.

Gerakan Tani Madu Hutan Mangrove Sebagai *Mainstream* Baru Menjaga Ekologi

Mengubah cara pandang (*mindset*) sebuah masyarakat bukan hal mudah. Terlebih ketika menyangkut persoalan uang sebagai parameter *income* pendapatan ekonomi bagi pemenuhan kebutuhan keluarga. Hal ini disadari sejak awal sebagai tantangan kedepan oleh kelompok

Pemberdayaan Ekonomi Di Daerah Tertinggal,” *Proceeding of Community Development* 1 (2018): 135, <https://doi.org/10.30874/comdev.2017.18>.

¹⁷ Sri Ulishah, “Perubahan Pembangunan Oleh Gema Keadilan Edisi Jurnal,” *Gema Keadilan*, 2016, 78–86, <https://media.neliti.com/media/publications/285926-pengaruh-tata-kelola-pemerintahan-yang-b-08ea934d.pdf>.

¹⁸ Ulishah.

usaha tani madu hutan mangrove. Namun, demi sebuah upaya perubahan guna meng-*creat* masa depan dan jaminan kelayakan kualitas hidup masyarakat yang lebih bermutu maka dibutuhkan *effort* dan langkah-langkah kerja nyata dan terukur dan harus terorganisir.

Secara praksis upaya mengkampanyekan usaha tani madu hutan mangrove bagi masyarakat Desa Batu Ampar melalui tahapan mendasar, antara lain ;

a. Meng-*engagement* orang yang memiliki *mindset* yang sama

Sebuah fakta sosial dapat diterima kelompok sosial biasanya ketika telah ditemukan bukti nyata yang mendukung. Demikian halnya gagasan alternatif usaha tani madu hutan mangrove ini baru dapat diakui ketika telah ada hasil nyata yang dibuktikan. Pak Suhairi, awal rintisan usaha ini melakukannya secara mandiri. Menggunakan sampan menyisir sungai keluar masuk hutan membawa peralatan sederhana dalam mencari madu hutan mangrove. Mengumpulkan hasil panen dan menjualnya dipasaran lokal dan mendapatkan respon positif karena ternyata kualitas madu hutan mangrove memiliki rasa yang enak. Selain rasa, harga jual madu hutan mangrove juga sangat kompetitif, berkisar 180-190 rb perkilo (pasar lokal) dan 200 rb (diluar Batu Ampar). Selama 1 bulan dapat menghasilkan kisaran panen sejumlah 20-25 kg (tergantung cuaca) ditambah luasnya hutan mangrove ini sangat potensial bagi perkembangan sarang lebah madu mangrove. Selain itu, sebagai pelaku yang terjun langsung pak suhairi menyatakan bahwa usaha tani madu ini tidak merusak alam bahkan sebaliknya diperlukan upaya pelestarian guna menjaga ekosistem lebah untuk bertahan di hutan mangrove. Fakta dan argumentasi bahwa usaha tani madu hutan mangrove selain dapat menopang pendapatan ekonomi, usaha tani ini dapat bersinergis dengan lingkungan, tidak berdampak merusak ekologi secara perlahan mampu menghimpun serta Meng- *engagement* beberapa orang yang memiliki *mindset* yang sama untuk mengembangkan usaha madu hutan mangrove dengan membentuk kelompok usaha tani. Untuk bertahan hidup tidak harus selalu menjadi buruh menerima upah semata, namun masyarakat harus mampu menempa dan menggali potensi dirinya. Mengedukasi tentang pentingnya masyarakat melihat peluang usaha, berani menghadapi resiko merupakan karakteristik yang diinfiltrasi kepada masyarakat sehingga memunculkan keberanian masyarakat untuk merintis usaha baru, hal ini merupakan karakteristik seorang wirausaha ¹⁹.

b. Memanfaatkan jejaring sosial sebagai *resource* kekuatan kelompok usaha tani

Selain dapat membuktikan secara nyata bahwa usaha tani madu hutan mangrove secara ekonomi dapat andalkan sebagai alternatif pendapatan karena produk madu sebagian besar telah dikenal khasiatnya sehingga mudah diterima market pasar lokal. Faktor tidak kalah penting lainnya bahwa usaha tani ini dapat sinergis dengan alam mengeksploitasi hasil hutan tanpa merusaknya. Langkah lain yang dilakukan suhairi dan rekan usaha taninya agar semakin luas masyarakat yang melirik alternatif usaha dan sedikit demi sedikit meninggalkan arang bakau dengan memberdayakan peran dukungan dari jejaring sosial NGO dan LSM Yayasan Hutan Biru atau *Blue Forest* serta SAMPAN. Peran pendampingan NGO dan LSM ini setidaknya dapat memberikan penguatan gagasan dan memberikan bekal berupa keterampilan praktis dalam upaya meningkatkan kemandirian berwira usaha dengan

¹⁹ Agusthina Risambessy and et.al, "Mengubah Sikap Wirausaha Memanfaatkan Tantangan Sebagai Peluang," *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 2 (2022): 682–88, <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4590>.

mengoptimalkan potensi alam hutan mangrove seperti ; madu hutan mangrove, daun jeruju (sebagai bahan teh) dan pengembangan tambak ikan tirus. Sebagaimana yang dikatakan Zampetakis dan Foley dalam Metha (2020) bahwa dalam upaya pengembangan jaringan bisnis berwirausaha membutuhkan adanya akses ke jaringan sosial karena segala aktivitas manusia kian terorganisir oleh jaringan sosial dan tertanam dalam konteks sosial ²⁰.

c. Meningkatkan peran dan fungsi utama Lembaga Pengelola Hutan Desa (LPHD)

Kampanye ide dan madu hutan mangrove sebagai alternatif masyarakat Desa Batu Ampar setidaknya memuluskan pak Suhairi dipercaya sebagai koordinator Lembaga LPHD Batu Ampar. Kepercayaan ini selanjutnya dioptimalkan kelompok usaha tani madu hutan mangrove guna terus gencar mengkampanyekan usaha alternatif ini. Tak dapat dipungkiri bahwa peran dan pengaruh didalam struktur di LPHD menjadi instrumen bagi kampanye usaha tani madu hutan mangrove di Desa Batu Ampar. Sebagai ketua LPHD Desa Batu Ampar, setidaknya ini lebih memudahkan suhairi dan rekan usaha tani menularkan gagasan pelestarian hutan salah satunya dengan pengembangan usaha tani madu hutan mangrove.

Kampanye Usaha Tani Madu Hutan Mangrove dan Impact Gerakannya

Upaya mengkampanyekan usaha tani madu hutan mangrove bukan persoalan mudah. Sebagai gagasan baru tentu akan *vis a vis* dengan kelompok resisten dan eksepten. Hal ini dipandang lumrah dalam realitas sosial masyarakat. Namun, hal terpenting dalam “suksesnya” sebuah gagasan dapat diterima adalah ketika gerakan kampanye tersebut dapat diwujudkan secara konkrit, terbukti nyata berdampak positif baik dari aspek ekonomi dan terpenting aspek ekologi yang sinergis.

Sejak dibentuknya usaha tani madu hutan mangrove tahun 2020, usaha mengkampanye usaha tani madu hutan mangrove gencar dilakukan hingga saat ini setidaknya telah dapat membangun “rumah madu” (kantor pengelolaan dan pengorganisasi hasil panen) terbangun secara permanen hingga sempat membangun kelompok koperasi “Usaha Madu Mandiri”. Kampanye usaha tani madu hutan mangrove ini memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Batu Ampar, diantaranya ;

a. Gerakan usaha tani madu hutan mangrove sebagai *social movement* mewujudkan pentingnya konservasi lingkungan

Memaknai sebuah gerakan sosial (*social movement*) dalam konteks kehidupan sosial tidak harus dimaknai sebagai gerakan perlawanan secara kekerasan dan penuh paksaan. Gerakan sosial yang dimaksud lebih menekankan pada gerakan perubahan. Lebih jauh selaras dengan pandangan Hidayat (2007) bahwa gerakan sosial mengandung aspek umum yakni ; gerakan sosial mengandung nilai positif (sesuatu bentuk pranata yang belum ada) dan gerakan sosial mengandung nilai negatif (menghentikan / mencegah kemerosotan kualitas lingkungan).²¹ Usaha tani madu hutan mangrove ini dapat dikatakan sebagai sebagai bentuk *social movement*. Bagaimana gerakan usaha tani ini berupaya mengkampanyekan perubahan

²⁰ Metha Madonna, “Pengembangan Jejaring Bisnis Berbasis Media Digital Sebagai Resiliensi Perempuan Demi Ketahanan Ekonomi Keluarga,” *Develop: Jurnal Ekonomi Pembangunan* 1, no. 2 (2021): 100–108, <https://doi.org/10.53990/djep.v1i2.66>.

²¹ Rizal A Hidayat, “Sosial, Gerakan Sosial Sebagai Agen Perubahan,” *Forum Ilmiah Indonusa* 4, no. 1 (2007): 15–22.

mindset masyarakat tentang cara pandang terhadap lingkungan dan ekosistem melalui usaha tani madu hutan sebagai alternatifnya. Gerakan sosial ini memiliki tujuan agar masyarakat mengurangi eksploitasi hutan mangrove. Kelompok usaha tani ini menyadari belum terlambat untuk melakukan usaha pengendalian konservasi hutan mangrove setidaknya harus dimulai saat ini.

- b. Perubahan *mindset* masyarakat tentang cara memaknai lingkungan, potensi alam dan kualitas kesehatan

Kayu hutan mangrove sebagai *resource* kekayaan alam yang membutuhkan masa panjang untuk dapat diperbarui. Ketika tidak terjadi keseimbangan antara konservasi dan eksploitasi yang cenderung lebih besar maka akan berdampak pada sempitnya ekosistem sebagai tempat tinggal makhluk hidup yang bergantung padanya. Selain itu, maraknya proses produksi dapur arang turut menurunkan tingkat kualitas kesehatan masyarakat disekitarnya, kandungan gas karbon seakan menjadi api dalam sekam bagi keluarga. Lebih jauh ancaman bencana alam tentu akan menanti didepan mata dalam hitungan waktu. Oleh karena itu, sederet argumentasi rasional tersebut sebagai nilai substantif “kampanye” rintisan usaha tani madu hutan mangrove ini telah merubah sebagian *mindset* tentang memaknai lingkungan. Hutan mangrove dan kekayaan didalamnya tidak sepatutnya dikuasai oleh elit-elit tertentu (dominasi pemilik modal) yang dengan bebas mengeksploitasi di Desa Batu Ampar. Hutan telah semestinya tempat bernaung dan sumber kehidupan makhluk hidup.

Secara yuridis hukum positif melalui UU Nomor 23 Tahun 1997, bahwa menjaga kelestarian alam bagian dari perlindungan lingkungan hidup ²². Dalam konteks nilai Islam, madu ternyata memiliki ruang pembahasan penting dalam kajian alqur'an melalui QS. An-Nahl : 68

وَأَوْحَىٰ رَبُّكَ إِلَى النَّحْلِ أَنِ اتَّخِذِي مِنَ الْجِبَالِ بُيُوتًا وَمِنَ الشَّجَرِ وَمِمَّا يَعْرِشُونَ

“Dan Tuhanmu mengilhamkan kepada lebah, buatlah sarang di gunung-gunung, dipohon-pohon kayu dan ditempat yang dibikin manusia”.

Melalui dalil ini, bahwa Allah telah menganugerahkan tugas kepada lebah dan telah menjadi fitrahnya didunia untuk membuat sarang yang didalamnya terjadi proses produksi madu yang bermanfaat bagi manusia. Guna menjaga pembawa fitrah alam tersebut maka manusia memiliki andil untuk menjaga *sustainability* hidup ekosistemnya dengan tidak melakukan kerusakan alam sebagai tempat tinggal mahludk hidup. ²³

Dengan katalain makhluk hidup yang tergantung dengan hutan mangrove sama artinya mereka menumpang demi kelangsungan hidup, mengeksploitasi hutan berarti secara nyata “mengusir” dari rumah mereka sendiri. Keselarasan *mindset* masyarakat ini sesuai dengan

²² Nurul. et al Hidayat, “Media Sosial Sebagai Social Engineering Untuk Membentuk Mindset Masyarakat Dalam Penyelamatan Lingkungan Hidup,” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17, no. 2 (2023): 212, <https://doi.org/10.35931/aq.v17i2.1975>.

²³ Chela Tiara Dewi and et.al, “Honey’s Health Benefits According to the Qur’an,” *Jurnal STIKES Muhammadiyah Ciamis : Jurnal Kesehatan* 9, no. 2 (2022): 22–25, <https://ojs.stikesmucis.ac.id/index.php/jurkes/article/download/114/72/406>.

filosofi lebah dan madu, bahwa lebah dapat bertahan didahan pohon serta memproduksi madu tidak dengan merusak pohon yang ditumpanginya namun hanya mengambil sebagian dari sari bunga yang terbaik demi kelangsungan hidup generasinya dalam bentuk hasil madu yang bermanfaat tidak hanya bagi kelompoknya namun juga makhluk hidup lainnya. Hidup ini layaknya “menumpang” bukan merusak.

Pendampingan PKMI-KI Pemasaran Produk Madu Hutan Mangrove Berbasis Digital dan Penguatan *Social Movement* Pelestarian Ekologi

Madu sebagai produk alam tentu sangat umum dikenal. Kemanfaatan yang besar didapat dari produk madu ini tidak hanya dalam aspek kebutuhan konsumsi, kesehatan, namun juga aspek estetika (bahan kecantikan). Untuk itu upaya memasarkan produk madu tentu semakin mudah khususnya dipasaran lokal Desa Batu Ampar dan sekitarnya. Bahkan permintaan pasar lokal yang tinggi belum berimbang dengan *stock* madu yang diproduksi karena hasil panen sangat tergantung dengan jumlah personil (pekerja) yang siap dengan segala tantangannya, serta faktor cuaca.

Ekspektasi produk madu hutan mangrove kian dikenal tidak hanya dipasaran lokal namun juga diseluruh Kalimantan Barat hingga ke mancanegara. Namun, tantangan yang dihadapi pak Suhairi dan rekan usaha taninya dipandang belum maksimal. Kondisi ini dipandang karena langkah-langkah pemasaran produk madu hutan mangrove ini sebenarnya masih cenderung konvensional. Langkah-langkah yang selama ini dilakukan sebagai berikut ;

- 1) Mengemas produk (*packaging*) dalam bentuk botol dan dirigen tanpa label khusus;
- 2) Menawarkan produk melalui lisan
- 3) Media iklan (*advertising*) masih sederhana melalui akun Facebook, sebagai bentuk bingkisan, dan menitip di galeri hasil hutan cafe “Aming” ;
- 4) Sebagai bentuk UMKM hasil produk belum mengantongi tersertifikasi halal

Langkah-langkah pemasaran produk ini sebenarnya tidak pula dikatakan gagal sepenuhnya, karena upaya memasarkan produk madu membutuhkan kesungguhan yang kuat, *curiosity* akan pengetahuan yang baru tentang dunia media digital, serta jejaring sosial yang luas. Usaha tani madu saat ini sangat membutuhkan penguasaan aspek-aspek ini untuk pengembangan dan pemasaran produk agar lebih luas dikenal masyarakat.

Kondisi ini dipandang oleh tim peneliti sebagai tantangan nyata yang dihadapi usaha tani dalam pemasaran produk madu mangrove oleh. Perkembangan dunia digital saat ini harus dapat direspon secara positif. Dunia digital sebagai instrumen tepat saat ini dalam memasarkan produk, tidak terbatas ruang dan waktu bahkan ekonomis. Sependapat dengan pandangan Neti dalam Situmorang (2018) bahwa Keuntungan yang diperoleh melalui *social media marketing* (pemanfaatan media sosial dalam pemasaran) ; (1) tidak hanya menyediakan berbagai produk/jasa semata namun menyajikan layanan keluhan dan mendengarkan saran konsumen, (2) memudahkan penjual mengidentifikasi *peer groups* berbagai segmen dan (3) efektif dan efisien guna menekan biaya produksi dan iklan ²⁴.

²⁴ Syahfrizal Helmi Situmorang, Hardi Mulyono, and Lailan Tawila Berampu, “Peran Dan Manfaat Sosial Media Marketing Bagi Usaha Kecil Textbar Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business,” *Asian Journal of ...* 1, no. 2 (2018): 77–84, <http://perwiraindonesia.com/ajefb/index.php/jurnalAJEFB/article/view/31>.

Pendampingan PKM-KI (Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Karya Ilmiah) mahasiswa magister Ekonomi Syariah IAIN Pontianak bagi usaha tani madu hutan mangrove dilakukan dengan memfokuskan pada langkah pendampingan pemasaran produk pemasaran berbasis media digital. Mengoptimalkan media digital sebagai instrumen dalam memasarkan produk madu hutan mangrove. Adapun fungsi media digital ini memiliki peran utama *advertising* (iklan) guna memasyarakatkan produk madu. Sangat relevan dengan pandangan Erwin Permana (2024) bahwa terdapat tiga komponen penting dalam digital marketing. *Pertama*, Tanda (*traffic*) istilah sederhananya sebagai pengunjung website / properti online. Bisnis harus dapat mendatangkan banyak pengunjung. Salah satu upaya dengan meningkatkan variasi konten dan iklan (*advertising*)²⁵. Selain itu, produk yang mudah dikenal adalah produk yang memiliki karakteristik, ciri khas dan akan membedakannya dari produk-produk sejenis lainnya. Langkah-langkah pendampingan yang dilakukan tim PKM-KI sebagai berikut ;

Table 1 Mengenalkan dan Perbandingan Platform Media Sosial

No	Aspek	Penjualan Manual Tanpa Platform Medsos	Platform Medsos		
			WA Bisnis	Facebook	Instagram
1	Instrumen / Media	Tanpa alat komunikasi	Smartphone	Smartphone/PC/Laptop /Ipad	Smartphone/PC/Laptop /Ipad
2	Jangkauan Informasi / Iklan	Terbatas ruang, waktu dan biaya	Luas Secara online / virtual hanya pada nomor kontak konsumen yang dimiliki	Luas Secara online / virtual secara global	Luas Secara online / virtual secara global
3	Muatan Konten iklan	<ul style="list-style-type: none"> - Buku katalog, baliho, spanduk, leflat tercetak dan banyak - Sulit update konten - Sulit menampilkan testimoni 	<ul style="list-style-type: none"> - File, foto, rekaman video dan Audio, mudah terupdate - Mudah menampilkan testimoni - Konten lebih dinamis 	<ul style="list-style-type: none"> - File, foto, video live yang mudah terupdate - Mudah menampilkan testimoni - Konten lebih dinamis 	<ul style="list-style-type: none"> - File, foto, video live yang mudah terupdate - Mudah menampilkan testimoni - Konten lebih dinamis

²⁵ Erwin et.al Permana, “Pendampingan Digital Marketing Terhadap UMKM Binaan FEB UP Kuji Milk,” *SULUH : Jurnal Abdimas* 5, no. 2 (2024): 289–97.

4	Waktu	Tergantung waktu hari dan jam beraktivitas konsumen	Tanpa terbatas waktu	Tanpa terbatas waktu	Tanpa terbatas waktu
5	Proses Penawaran produk	Membawa produk saat memasarkan	Menawarkan produk secara virtual	Menawarkan produk secara virtual	Menawarkan produk secara virtual
6	Tenaga kerja	Membutuhkan tenaga kerja pendukung penjaga toko, sales	Mengorganisir sendiri	Mengorganisir sendiri	Mengorganisir sendiri
7	Maintenance / pemeliharaan	Tidak membutuhkan pemeliharaan	Aplikasi membutuhkan maintenance dan update konten	Aplikasi membutuhkan maintenance dan update konten	Aplikasi membutuhkan maintenance dan update konten
8	Sasaran Konsumen	Konsumen terbatas yang dipilih	Semua Konsumen	Semua Konsumen	Semua Konsumen

Tim PKM-KI memulai proses pendampingan dengan mengenalkan fitur-fitur utama dari platform media sosial yang digunakan untuk memasarkan produk usaha lokal. Pengenalan ini mencakup berbagai fungsi penting, seperti cara membuat profil akun, mengunggah konten, berbagi informasi, mengelola inbox, menghapus foto dan video, serta menulis caption. Setiap elemen ini memiliki peran krusial dalam memastikan bahwa bisnis lokal dapat menjangkau audiens secara lebih efektif. Fitur-fitur ini memungkinkan pemilik akun untuk tidak hanya memperkenalkan produk tetapi juga mengelola interaksi dengan konsumen secara langsung dan personal.

Salah satu aspek yang ditekankan oleh tim PKM-KI adalah pemahaman mendalam tentang kelebihan dan kekurangan masing-masing platform media sosial yang digunakan. Setiap platform memiliki karakteristik unik yang dapat disesuaikan dengan jenis produk yang dipasarkan. Misalnya, Instagram sangat efektif untuk produk yang visualnya menarik, sementara Facebook dan Twitter lebih cocok untuk informasi yang membutuhkan penjelasan lebih mendalam. Namun, meskipun ada kekurangan tertentu pada masing-masing platform, strategi yang diterapkan dengan menggunakan beberapa platform sekaligus dapat mengurangi dampak negatif tersebut. Pendekatan multi-platform ini memperluas jangkauan pasar dan memastikan bahwa informasi produk dapat sampai ke konsumen dari berbagai lapisan, serta mengoptimalkan peluang pemasaran.

Pembuatan akun media sosial untuk usaha juga menjadi topik penting dalam pelatihan ini. Dalam dunia digital, memiliki akun yang dikelola secara profesional sangat krusial, karena akun bisnis yang baik harus mencerminkan identitas usaha secara jelas dan menarik. Tim PKM-KI menjelaskan teknis pendaftaran dan cara membuat akun yang efektif, termasuk informasi yang harus disertakan, seperti galeri produk, harga, nomor kontak, dan alamat

usaha. Akun yang lengkap dengan informasi yang jelas dan mudah diakses akan meningkatkan kredibilitas dan memudahkan calon konsumen untuk melakukan pembelian atau menghubungi pemilik usaha.

Salah satu teknik yang dijelaskan dengan rinci adalah proses unggah dan unduh konten, baik berupa foto, video, maupun flyer. Proses ini lebih dari sekadar mengunggah gambar; ia melibatkan pemilihan gambar yang tepat, pengaturan pencahayaan, dan penataan objek agar produk yang ditampilkan terlihat menarik. Tim PKM-KI menekankan bahwa kualitas visual adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara online. Oleh karena itu, keterampilan dalam memotret atau merekam video produk sangat penting untuk memastikan bahwa produk dapat dilihat dengan jelas dan menarik perhatian konsumen. Selain itu, penggunaan alat bantu seperti tripod atau stabilizer juga ditekankan untuk memastikan gambar dan video yang dihasilkan stabil, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas keseluruhan pemasaran. Penulisan caption yang menarik dan sesuai juga menjadi elemen yang tidak kalah penting. Caption bukan hanya sekadar deskripsi produk; ia berfungsi sebagai sarana untuk menarik perhatian audiens dan mendorong interaksi. Tim PKM-KI menjelaskan pentingnya menulis caption yang singkat namun informatif, yang mencerminkan nilai dan keunggulan produk. Caption yang menarik dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat pesan pemasaran, menciptakan interaksi yang lebih intens dengan calon konsumen.

Selain aspek visual dan teks, interaksi dengan konsumen melalui respons terhadap komentar dan pertanyaan juga dibahas secara rinci. Pengelolaan respons yang efektif adalah kunci untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam dunia digital, konsumen dapat berinteraksi langsung dengan pemilik bisnis, sehingga pemilik akun harus siap merespons komentar dan pertanyaan dengan cepat, ramah, dan profesional. Kemampuan untuk menangani komentar negatif dengan baik juga sangat penting untuk menjaga reputasi bisnis online. Oleh karena itu, pemilik akun harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik, termasuk kemampuan untuk menanggapi pertanyaan dengan solusi yang jelas dan tepat waktu. Lebih jauh lagi, tim PKM-KI membahas strategi membangun jejaring melalui media sosial sebagai bagian integral dari pengembangan bisnis. Dalam konteks ini, jejaring tidak hanya terbatas pada jumlah teman atau pengikut di platform media sosial, tetapi juga mencakup hubungan yang terbentuk melalui interaksi yang konsisten dan kualitas hubungan tersebut. Jejaring yang luas memungkinkan pemilik usaha untuk memperluas pasar dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, baik itu konsumen, mitra bisnis, atau influencer yang dapat membantu mempromosikan produk. Oleh karena itu, penting bagi setiap pengusaha untuk secara aktif membangun jejaring baik di dunia maya maupun dunia nyata, guna memperkuat eksistensi bisnis dan meningkatkan peluang pemasaran.

Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana platform media sosial dapat digunakan secara strategis untuk memasarkan produk usaha lokal. Masing-masing langkah yang dijelaskan—dari pembuatan akun hingga pengelolaan respons konsumen dan pembangunan jejaring—merupakan bagian dari proses yang saling mendukung dalam menciptakan keberhasilan dalam pemasaran digital. Pendekatan yang diterapkan oleh tim PKM-KI tidak hanya membantu dalam pemahaman

teknis, tetapi juga menekankan pentingnya sikap profesional dan keterampilan interpersonal dalam menjalankan bisnis berbasis digital.

Selain aspek teknis dan strategi pemasaran, tim PKM-KI juga menyoroti pentingnya pengelolaan konsistensi merek dalam dunia digital. Konsistensi merek mencakup tidak hanya tampilan visual yang seragam di berbagai platform, tetapi juga tone dan pesan yang disampaikan kepada audiens. Setiap interaksi dengan konsumen harus mencerminkan identitas usaha, baik itu dalam cara berkomunikasi, penampilan produk, maupun pelayanan yang diberikan. Tim PKM-KI menekankan bahwa keberhasilan dalam membangun bisnis online bergantung pada kemampuan untuk menjaga konsistensi ini di semua titik kontak dengan konsumen, mulai dari media sosial hingga pengalaman pasca pembelian. Selain itu, salah satu elemen penting yang turut dijelaskan oleh tim PKM-KI adalah bagaimana memanfaatkan analitik yang tersedia di platform media sosial untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Setiap platform media sosial menyediakan data analitik yang memungkinkan pemilik usaha untuk melacak kinerja postingan, interaksi dengan audiens, dan bahkan preferensi konsumen. Menggunakan data ini untuk memahami pola perilaku konsumen dapat memberikan wawasan berharga dalam menentukan jenis konten yang paling disukai atau waktu yang paling efektif untuk mengunggah produk. Hal ini membantu pemilik bisnis untuk menyesuaikan strategi mereka agar lebih relevan dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

Evaluasi melalui analitik juga berperan dalam pengelolaan anggaran pemasaran. Platform digital menyediakan berbagai alat untuk memantau pengeluaran iklan dan mengukur Return on Investment (ROI). Dengan analisis yang tepat, pemilik usaha dapat mengetahui apakah investasi yang dilakukan dalam bentuk iklan berbayar atau promosi lainnya memberikan hasil yang optimal, ataukah perlu ada penyesuaian dalam strategi pemasaran. Sebagai contoh, jika iklan yang ditayangkan pada platform tertentu tidak menghasilkan klik atau pembelian yang diharapkan, maka bisa jadi ada kekeliruan dalam pemilihan audiens atau penyusunan materi iklan itu sendiri. Evaluasi semacam ini memungkinkan pemilik usaha untuk secara efisien mengalokasikan sumber daya mereka ke strategi yang lebih efektif. Dalam konteks pemasaran digital, tim PKM-KI juga memberikan perhatian pada pengelolaan reputasi online. Dalam dunia digital, ulasan dan testimoni konsumen memainkan peran yang sangat penting. Komentar dan penilaian dari pelanggan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen lain. Oleh karena itu, penting bagi pemilik usaha untuk aktif mengelola ulasan dan menanggapi feedback, baik yang positif maupun negatif. Respons yang cepat dan tepat terhadap ulasan negatif, misalnya, dapat mengubah persepsi negatif menjadi kesempatan untuk menunjukkan profesionalisme dan komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, ulasan positif harus diapresiasi dengan ucapan terima kasih yang menunjukkan bahwa usaha tersebut menghargai dukungan konsumen.

Selain itu, tim PKM-KI memperkenalkan konsep pemasaran berbasis influencer sebagai salah satu strategi efektif dalam memperluas jangkauan pasar. Influencer, terutama yang memiliki audiens yang relevan dengan produk, dapat membantu memperkenalkan produk kepada kelompok yang lebih besar dengan cara yang lebih organik dan dipercaya. Kolaborasi dengan influencer harus dilakukan dengan hati-hati, memilih individu yang sejalan dengan

nilai-nilai bisnis dan memiliki kredibilitas yang baik di mata audiens. Ini bukan hanya soal jumlah pengikut, tetapi juga seberapa besar pengaruh yang dimiliki influencer tersebut dalam memengaruhi perilaku pembelian audiens mereka. Tim PKM-KI juga menekankan pentingnya memperhatikan aspek keberlanjutan dalam pemasaran digital. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan dan sosial, banyak konsumen kini lebih memilih produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga dihasilkan dengan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, pemilik usaha lokal yang menggunakan platform media sosial untuk pemasaran harus mempertimbangkan untuk menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan dan etika bisnis. Menyertakan informasi terkait proses produksi yang ramah lingkungan, penggunaan bahan baku yang berkelanjutan, atau kontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat lokal bisa menjadi daya tarik tambahan bagi konsumen yang semakin peduli dengan isu-isu ini.

Secara keseluruhan, pendampingan yang diberikan oleh tim PKM-KI berfokus tidak hanya pada aspek teknis penggunaan platform media sosial, tetapi juga pada pengembangan keterampilan strategis yang lebih luas. Penggunaan platform media sosial untuk pemasaran produk bukan hanya soal memanfaatkan fitur-fitur yang ada, tetapi juga tentang membangun hubungan yang kuat dengan konsumen, menjaga reputasi, dan terus beradaptasi dengan perubahan pasar serta tren digital yang terus berkembang. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, diharapkan usaha lokal di Desa Batu Ampar dapat meningkatkan daya saingnya, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya mencapai keberlanjutan dalam jangka panjang.

Kesimpulan

Desa Batu Ampar dengan kekayaan sumber daya alam hutan mangrove memiliki kontribusi besar dalam kelangsungan hidup masyarakat. Untuk menjaga keberlanjutan dan kualitas hidup masyarakat didalamnya tentu harus diimbangi dengan menjaga keseimbangan ekosistem hutan mangrove itu sendiri dan meng-upgrade *mindset* masyarakat mengenai lingkungan dan potensi sumberdaya yang terkandung didalamnya. Oleh karenanya, dapat dikatakan manusia sangat tergantung dengan (alam) lingkungan sekitarnya. Menjaga kelangsungan hutan mangrove menunjukkan sebagian fakta manusia bergantung dan membutuhkan alam untuk dapat hidup. Masyarakat yang kini menggantungkan hidup melalui usaha dapur arang sudah saatnya kini me-rethinking makna sumber daya alam dan kualitas hidup sehat dengan menjaga revitalisasi ekosistem yang kini telah lama menjadi penopang hidup masyarakat. Berwirausaha tidak harus mengeksploitasi sumberdaya alam tanpa terkendali.

Usaha tani madu hutan mangrove sebagai salah satu rintisan alternatif matapencarian masyarakat yang lahir tidak hanya didasari motif ekonomi namun sebagai *social movement* masyarakat Desa Batu Ampar membangun gerakan bersama untuk menjaga keseimbangan ekosistem dan kelangsungan ekologi. *Social movement* ini memang belum mendapat respon positif secara masif (masyarakat belum dapat meninggalkan secara total pekerjaan arang dapur) namun gerakan ini telah menunjukkan eviden secara faktual bahwa usaha tani madu dapat diandalkan dari sisi ekonomi. Kesadaran ekologi dengan memaknai lingkungan secara holistik sebenarnya harus dibangun secara nyata dan terorganisir serta dikuatkan dengan

jejaring elemen sosial (lembaga/institusi pemerintah, LSM, NGO hingga perguruan tinggi) yang saling menguatkan. Hadirnya tim PKM-KI mahasiswa magister IAIN Pontianak sebagai bukti bahwa Perguruan Tinggi turut menaruh perhatian akan problematika sosial dalam tananan kehidupan masyarakat Desa Batu Ampar. Melalui pendampingan manajemen tata kelola marketing usaha tani madu hutan mangrove berbasis platform digital sebagai upaya menguatkan *social movement* gerakan usaha tani yang telah dirintis oleh kelompok usaha tani madu hutan mangrove ini.

Daftar Pustaka

- Akram, Andi Muhammad, and Hasnidar Hasnidar. "Identifikasi Kerusakan Ekosistem Mangrove Di Kelurahan Bira Kota Makassar." *JOURNAL OF INDONESIAN TROPICAL FISHERIES (JOINT-FISH): Jurnal Akuakultur, Teknologi Dan Manajemen Perikanan Tangkap, Ilmu Kelautan* 5, no. 1 (2022): 1–11. <https://doi.org/10.33096/joint-fish.v5i1.101>.
- Dewi, Chela Tiara, and et.al. "Honey's Health Benefits According to the Qur'an." *Jurnal STIKES Muhammadiyah Ciamis: Jurnal Kesehatan* 9, no. 2 (2022): 22–25. <https://ojs.stikesmucis.ac.id/index.php/jurkes/article/download/114/72/406>.
- Hasanah, Hasyim. "TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)." *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>.
- Hasrizart, Iwan, Asmara Sari Nasution, and Ali Imran. "Pemanfaatan Hutan Mangrove Sebagai Habitat Lebah Madu Hutan Bakau Desa Pasar Rawa Kec. Gebang Kab. Langkat." *Jurnal Derma Pengabdian Dosen Perguruan Tinggi (Jurnal DEPUTI)* 3, no. 2 (2023): 186–90. <https://doi.org/10.54123/deputi.v3i2.280>.
- Hidayat, Nurul. et al. "Media Sosial Sebagai Social Engineering Untuk Membentuk Mindset Masyarakat Dalam Penyelamatan Lingkungan Hidup." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17, no. 2 (2023): 212. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i2.1975>.
- Hidayat, Rizal A. "Sosial, Gerakan Sosial Sebagai Agen Perubahan." *Forum Ilmiah Indonusa* 4, no. 1 (2007): 15–22.
- Husein, Muhamad. "Pemenuhan Hak Anak Dan Upaya Terciptanya Tertib Administrasi Kependudukan." *Jurnal Pemandbu* 5, no. 1 (2024): 264–69.
- Iqbal, Muhammad. "Desa Batu Ampar, Kalimantan Barat Dengan Kawasan Mangrove Di Sungai Terpanjang Indonesia." *Lindungi Hutan*, 2022, 1–8.
- Jejaring Desa Wisata. "Desa Wisata Ekoeduwisata Mangrove Desa Batu Ampar." Kemenparekraf, 2023.
- Ketaren, David Gina Kimars. "Peranan Kawasan Mangrove Dalam Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca Di Indonesia." *Jurnal Kelautan Dan Perikanan Terapan (JKPT)* 1 (2023): 73. <https://doi.org/10.15578/jkpt.v1i0.12050>.
- Madonna, Metha. "Pengembangan Jejaring Bisnis Berbasis Media Digital Sebagai Resiliensi Perempuan Demi Ketahanan Ekonomi Keluarga." *Develop: Jurnal Ekonomi Pembangunan* 1, no. 2 (2021): 100–108. <https://doi.org/10.53990/djep.v1i2.66>.
- Oxtora, Rendra. "Warga Batu Ampar Pertahankan Pembuatan Arang Mangrove." Antara

- News Kalbar, 2018.
- Partama, I. G Y, O. K Wardhani, S. P. K Surata, P. E Yastika, and I. K. T. W Kusuma. "Pemetaan Kerentanan Ekosistem Mangrove Berdasarkan Aspek Fisik, Biologi Dan Antropogenik Di Kawasan Taman Hutan Raya Ngurah Rai- Bali Berbasis SIG." *Jurnal Ilmu Lingkungan* 22, no. 3 (2024): 648–57. <https://doi.org/10.14710/jil.22.3.648-657>.
- Permana, Erwin et.al. "Pendampingan Digital Marketing Terhadap UMKM Binaan FEB UP Kuji Milk." *SULUH: Jurnal Abdimas* 5, no. 2 (2024): 289–97.
- Pratiwi, Diah Ayu. "Isu Global Warming Dan Sikap Dunia Internasional." *Jurnal Dimensi Universitas Riau Kepulauan* 2, no. 1 (2013): 1–13.
- Rachman, M. Aulia, and Syamsuddin Syamsuddin. "Meningkatkan Peran Mobilisasi Sosial Dalam Membentuk Sinergi Antara Pemerintah Dan Non-Governmental Organization (NGO) Dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Di Daerah Tertinggal." *Proceeding of Community Development* 1 (2018): 135. <https://doi.org/10.30874/comdev.2017.18>.
- Risambessy, Agusthina, and et.al. "Mengubah Sikap Wirausaha Memanfaatkan Tantangan Sebagai Peluang." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 2 (2022): 682–88. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4590>.
- Sasmito, S D, M Basyuni, A Kridalaksana, and ... "Merestorasi Hutan Mangrove Indonesia Dengan Benar Dapat Membantu Pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs)." *Researchgate.Net*, no. January (2023). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28671.89762>.
- Situmorang, Syahfrizal Helmi, Hardi Mulyono, and Lailan Tawila Berampu. "Peran Dan Manfaat Sosial Media Marketing Bagi Usaha Kecil Textbar Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business." *Asian Journal of ...* 1, no. 2 (2018): 77–84. <http://perwiraindonesia.com/ajefb/index.php/jurnalAJEFB/article/view/31>.
- Sumar, Sumar. "Penanaman Mangrove Sebagai Upaya Pencegahan Abrasi." *Ikruth-Abdimas* 4, no. 1 (2021): 126–30.
- Sutanto, Hasnan. "Sejarah Kejayaan Batu Ampar Tinggal Kenangan." *Jejak Nasional*, 2022.
- Syahadat, Ray March, and Rizal Ichsan Syah Putra. "Pemanasan Global Dan Kerusakan Lingkungan: Apakah Masih Menjadi Isu Penting Di Indonesia?" *Jurnal Envirotek* 14, no. 1 (2022): 43–50. <https://doi.org/10.33005/envirotek.v14i1.179>.
- Ulisah, Sri. "Perubahan Pembangunan Oleh Gema Keadilan Edisi Jurnal." *Gema Keadilan*, 2016, 78–86. <https://media.neliti.com/media/publications/285926-pengaruh-tata-kelola-pemerintahan-yang-b-08ea934d.pdf>.