

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan terhadap pangan merupakan salah satu kebutuhan asasi manusia. Pada awal peradaban, manusia melakukan food hunting and gathering karena belum berkembangnya pengetahuan manusia tentang budidaya pertanian. Ketika populasi manusia semakin berkembang dengan laju yang cukup tinggi, kebutuhan terhadap pangan harus dipenuhi melalui proses budidaya pertanian. Persoalan budidaya pertanian menjadi semakin kompleks karena pertumbuhan populasi manusia yang semakin tinggi sehingga kebutuhan terhadap pangan semakin meningkat. Pertukaran bahan pangan memunculkan tata hubungan baru antar kelompok, individu, suku, bahkan antar bangsa dan negara.¹

Perekonomian yang mengalami perkembangan berdampak terhadap pemikiran pola hidup masyarakat yang awalnya hidup dalam skala tradisional berkembang menjadi modern karena menggunakan mesin sebagai alat produksi untuk memudahkan dan mempercepat proses produksi. Dengan berkembangnya teknologi ini, dapat memberikan kemudahan kepada masyarakat yang sebelumnya tidak tertarik dengan kegiatan berbisnis kini menjadi tertarik dan dapat menjadi salah satu kriteria pekerjaan yang diinginkan masyarakat.

Produksi adalah membuat sesuatu yang baru yang berwujud (produk) atau tidak berwujud (jasa). Produksi merupakan salah satu fungsi yang paling mendasar dan penting dari kegiatan manusia dalam masyarakat industri modern dan sekarang dilihat sebagai aktivitas budaya.² Dalam ekonomi Islam, produksi juga merupakan bagian terpenting dari aktivitas ekonomi bahkan dapat dikatakan sebagai salah satu dari rukun ekonomi di samping konsumsi, distribusi, infak, zakat, nafkah, dan sedekah. Hal ini dikarenakan produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian manfaatnya dirasakan oleh konsumen. Produksi dalam perspektif Islam tidak hanya berorientasi untuk memperoleh keuntungan

¹ Triwibowo Yuwono, dkk., *Pembangunan Pertanian*, (Yogyakarta, Gadjah Mada University Press, 2019), 3-4.

² Rusdi Nur dan Muhammad Arsyad Suyuti, *Pengantar Sistem Manufaktur*, (Yogyakarta, Deepublish, 2017), 1.

sebanyak-banyaknya, meskipun mencari keuntungan tidak dilarang. Dalam ekonomi Islam, tujuan utama produksi adalah untuk kemaslahatan individu dan masyarakat secara berimbang. Islam sesungguhnya menerima motif berproduksi sebagaimana motif dalam sistem ekonomi konvensional, hanya saja lebih jauh Islam juga menambahkan nilai-nilai moral di samping utilitas ekonomi. Bagi Islam memproduksi sesuatu bukanlah sekedar untuk dikonsumsi sendiri atau dijual di Pasar, tetapi lebih jauh menekankan bahwa setiap kegiatan produksi harus pula mewujudkan fungsi sosial.³

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan ketika memproduksi suatu usaha. Hal ini dikarenakan tahap produksi adalah tahapan yang memegang peranan penting dalam usaha. Karena keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari tahapan produksi. Produsen yang memperhatikan sumber bahan baku, alat-alat untuk produksi, dan proses yang dilakukan ketika memproduksi produknya akan mendapatkan hasil mutu yang baik dibandingkan dengan produsen yang tidak memperhatikan sama sekali sumber bahan baku dan hanya mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Produksi yang tanpa memperhatikan kualitas namun hanya mementingkan minimalisasi biaya produksi akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen terhadap kualitas produk. Oleh karena itu, produksi khususnya dalam bidang pertanian memiliki kewajiban untuk tidak hanya fokus pada keuntungan yang didapatkan saja, akan tetapi dapat memberikan kepuasan dan rasa aman terhadap pembeli atau konsumen.

Dalam era perekonomian yang modern saat ini, membuka usaha dapat menjadi alternatif yang terbilang mudah karena dapat didukung melalui teknologi yang semakin berkembang dan juga memberikan efek positif kepada pelaku usaha untuk memproduksi dan memasarkan produk terhadap khalayak konsumen.

Kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha. Terkadang istilah pemasaran diartikan sama dengan beberapa istilah, seperti penjualan, perdagangan, dan kontribusi. Pada kenyataannya pemasaran adalah konsep yang menyeluruh sedangkan istilah yang lain tersebut hanya merupakan satu bagi satu kegiatan dalam sistem

³ Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi)*, (Jakarta , Prenamedia Group, 2015), 62-63.

pemasaran secara keseluruhan. Bahwa sebenarnya proses pemasaran itu terjadi atau dimulai sejak sebelum barang-barang diproduksi. Kegiatan pemasaran tidak bermula pada saat sebelum terjadinya proses produksi dan juga tidak berakhir pada saat proses penjualan yang dilakukan. Dunia pemasaran diibaratkan sebagai suatu medan tempur bagi para produsen dan bagi para pedagang yang bergerak dalam komoditi yang sama, maka perlu diciptakan suatu strategi pemasaran agar dapat memenangkan peperangan tersebut.

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai hasil aktivitas bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen dan mencakup pembelian, penjualan, transportasi, pergudangan, standardisasi, tingkatan, *financing*, dan risiko. American Marketing Association (1960) menyatakan bahwa pemasaran dapat diartikan sebagai pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai. Adapun Kotler memberikan definisi pemasaran sebagai, "*Societal process by which individuals and group obtain what they need want through creating, offering, and freely exchanging product and service of value with others*" (Sebuah proses dalam masyarakat yang dengannya seseorang atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan, memberikan, tukar menukar produk dan jasa dengan orang lain).⁴

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Pada pengertian tersebut dapat kita mengerti bahwa kegiatan pemasaran itu mencakup kegiatan-kegiatan perusahaan yang dimulai dari pembuatan produk, penentuan harga, kegiatan promosi dan pendistribusian barang. Keempat kegiatan macam tersebut sering disebut Marketing Mix atau bauran pemasaran.⁵

Bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik yang meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar

⁴ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta, Kencana, 2018), 4-5.

⁵ Siti Kalimah dan Nur Fadilah, *Marketing Syariah Hubungan antara Agama dan Ekonomi*, (Banyuwangi, LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy, 2017), 3.

sasaran (Kotler dan Armstrong, 2013 : 92). Bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, dimana perusahaan mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran.⁶

Pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari suatu insiator kepada stakeholdersnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam. Selain merujuk pada definisi diatas perlu disampaikan pula bahwa definisi tersebut dilengkapi dengan kaidah fiqh dalam islam yaitu kaum muslimin terkait dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis (syarat-syarat) yang mereka buat, kecuali kesepakatan (syarat) yang mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram.⁷

Sedangkan pengertian marketing syariah secara umum adalah seluruh proses aktivitas strategis yang dilakukan oleh individu atau institusi secara halal guna menciptakan, mengkomunikasikan dan menawarkan value (produk atau jasa) untuk kesejahteraan materi dan spiritual stakeholdersnya berdasarkan aturan-aturan dalam Al Qur'an dan sunnah baik di dunia hingga di akhirat.⁸

Suri tauladan marketing syariah adalah Nabi Muhammad SAW, beliau sangat mengutamakan perilaku jujur, ikhlas, profesionalisme, silaturahmi dan murah hati. Dalam praktek bisnisnya beliau juga menerapkan marketing syariah menggunakan bauran pemasaran agar dapat melayani pelanggan dengan memuaskan. Melalui empat elemen (*Product, Price, Place, dan Promotion*). Dalam Islam unsur Product berarti menawarkan produk yang terjamin kualitasnya, dan selalu menjelaskan kualitas produk yang dijualnya. Selanjutnya untuk penetapan price, penetapan harga tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri, tetapi juga mementingkan daya beli masyarakat serta tidak diperbolehkan adanya perang harga. Kaitannya dengan Place atau Lokasi, dalam hal ini produsen memilih saluran distribusi atau juga menetapkan tempat usaha. Terakhir promotion, saat menjalankan aktivitas bisnis tidak

⁶ Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, Bandung, media Sains Indonesia, (2020), 9-10.

⁷ Ikhsan Bayanullah, *Marketing Syariah*, (Yogyakarta, Deepublish, 2019), 1.

⁸ Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, (Bogor, Lindan Bestari, 2020), 1-2.

diperbolehkan memuji produknya setinggi langit ataupun mengucapakan sumpah palsu maupun yang lainnya.

Intensitas kebutuhan hidup manusia dari zaman dahulu sampai sekarang telah mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman yang terus maju. Salah satu langkah untuk mensejahterakan masyarakat adalah dengan menciptakan suatu usaha yang bergerak dalam bidang makanan tambahan. Salah satu bentuk usaha yang berkembang di daerah kecamatan Kayen saat ini adalah produksi jamur tiram. Proses produksi pembuatan jamur tiram dari pembuatan media tanam berupa serbuk gergaji kayu, kalsium (kapur), bekatul, tepung jagung dan air yang dicampur menjadi satu kemudian dikemas dalam plastik yang disebut dengan baglog. Dan baglog tersebut dibuatkan rumah yang dinamakan kumbung. Proses berikutnya baglog dapat ditempatkan dalam rak yang sudah disediakan dalam kumbung agar mudah perawatannya. Pada proses pemasarannya produsen memilih mendistribusikan produk jamur ke pedagang di pasar, rumah makan, dan tetangga sekitar tempat tinggal pemilik usaha.

Produksi jamur tiram ini telah menjadi sektor usaha yang menjadi tulang punggung perekonomian bagi petani jamur tiram. Setelah peneliti melakukan wawancara dengan para petani jamur di Kecamatan kayen, petani sudah memiliki sebanyak 3.000 - 5.000 baglog dan pendapatan dari hasil panen jamur tiram berkisar 9 kg sampai 15 kg tiap harinya. Harga jual perkilogramnya dijual dengan harga Rp 10.000 sampai Rp 13.000 dan ketika dijual akan menghasilkan uang berkisar Rp 90.000 sampai 180.000 perharinya.

Tabel 1.1

Data Omset Penjualan Petani Jamur Tiram

No	Nama Petani	2019	2020	2021
1.	Arif	Rp 28.800.000	Rp 35.280.000	Rp 34.320.000
2.	Sholikul	Rp 32.400.000	Rp 35.640.000	Rp 36.000.000
3.	Budi	Rp 45.540.000	Rp 50.400.000	Rp 49.680.000
4.	Khusnin	Rp 38.400.000	Rp 42.240.000	Rp 44.436.000
5.	Agus	Rp 51.480.000	Rp 61.920.000	Rp 60.840.000
6.	Wagiman	Rp 34.320.000	Rp 37.440.000	Rp 36.000.000
7.	Puji	Rp 43.560.000	Rp 48.240.000	Rp 48.000.000

Sumber : Data Petani Jamur Tiram di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati.

Dari data diatas dapat diketahui bahwa omset penjualan usaha petani jamur tiram mengalami fluktuasi yaitu pada tahun 2019 ke

tahun 2020 mengalami peningkatan omset penjualan sedangkan pada tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami penurunan omset penjualan. Data tersebut juga menunjukkan bahwa pendapatan dari rata-rata petani jamur tiram tidak lah menunjukkan nominal yang begitu besar. Dan secara umum jamur tiram yang notabennya sayuran di pandang sebagai usaha yang biasa-biasa saja.

Hal inilah yang menginspirasi peneliti untuk mengkaji tentang **“Analisis Produksi Jamur Tiram Dan Pemasarannya Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Perspektif Syari’ah (Studi Kasus Petani Jamur Di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati).**

B. Fokus Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian yang menjadi fokus penelitian dengan judul “Analisis Produksi Jamur Tiram dan Pemasarannya Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Perspektif Syariah (Studi kasus Petani Jamur di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati)”. Dalam penelitian ini difokuskan pada permasalahan masyarakat di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati sebagai petani dalam memproduksi jamur tiram dan pemasarannya dapat mensejahterakan ekonomi perspektif Syari’ah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses produksi jamur tiram di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati ?
2. Bagaimana implementasi bauran pemasaran jamur tiram di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati ?
3. Bagaimana produksi jamur tiram dan pemasarannya dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi perspektif syari’ah di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari beberapa rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui proses produksi jamur tiram perspektif Syari’ah oleh petani jamur di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati.

2. Untuk mengetahui implementasi bauran pemasaran jamur tiram di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati.
3. Untuk mengetahui produksi jamur tiram dan pemasarannya dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi perspektif syari'ah di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini dapat berguna tidak hanya bagi penulis pribadi tetapi juga dapat berguna bagi orang lain. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

Adapun manfaatnya sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi dan referensi dalam penelitian berikutnya.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti, semoga penelitian ini nanti dapat menjadikan sebagai pengetahuan tentang produksi jamur tiram dan pemasarannya dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi.
- b. Bagi masyarakat, semoga penelitian ini mampu memberikan pemahaman tentang produksi jamur tiram yang dapat bermanfaat untuk kesejahteraan ekonomi.

F. Sistematika Penulisan

Dalam memperoleh suatu pembahasan pada penulisan penelitian yang sistematis, maka diperlukan sistematika penulisan yang baik dan urut sehingga dapat mempermudah dipahami. Peneliti mendeskripsikan sistematika penulisan tersebut yaitu :

1. Bagian awal

Bagian awal ini berisi : halaman judul, pengesahan majelis penguji ujian munaqosah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, dan daftar isi.

2. Bagian isi

Bagian isi terdiri atas 5 (lima) bab dan setiap babnya terdiri dari sub bab yaitu sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pendahuluan ini terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, perumusan masalah,

tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Kajian Pustaka

Bab ini berisi landasan teori dan bahasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis dan juga mengungkapkan kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis pendekatan digunakan, *setting* penelitian, subyek penelitian, sumber data, tehnik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan tehnik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang deskripsi lokasi penelitian, hasil penelitian dan analisis hasil dari penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran.

3. Bagian akhir

Bagian akhir ini memuat daftar pustaka, daftar riwayat hidup penulis dan lampiran-lampiran.