

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Produksi

a. Pengertian Produksi

Produksi berasal dari bahasa Inggris *production* yang kemudian diserap dalam bahasa Indonesia. Produksi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah proses mengeluarkan hasil.¹ Produksi merupakan sebuah proses yang yang telah terlahir dimuka bumi ini sejak manusia menghuni planet. Sesungguhnya produksi lahir dan tumbuh dari menyatunya manusia dengan alam.² Produksi adalah suatu kegiatan untuk meningkatkan manfaat dengan cara mengkombinasikan faktor-faktor produksi kapital, tenaga kerja, teknologi, manageril skill. Produksi merupakan usaha untuk meningkatkan manfaat dengan cara mengubah bentuk (*from utility*), memindahkan tempat (*place utility*), dan menyimpan (*store utility*).³ Jika ditelaah lebih lanjut, pengertian produksi dapat dilihat dari tiga dimensi yaitu pengertian produksi dalam arti sempit, arti luas, dan pengertian produksi dalam pengertian ekonomi.

1) Pengertian sempit

Pengertian produksi dalam arti sempit, produksi adalah sebagian kegiatan yang menghasilkan barang (baik barang jadi maupun barang setengah jadi), bahan-bahan industri, bahan suku cadang (komponen). Sehingga dalam pengertian sempit ini dapat kita lihat bahwa produksi hanya kegiatan pengolahan *input* didalam suatu pabrik, sampai menghasilkan *output* (barang/jasa).

¹ Muslimin Muhammad Irwin dan Huda Nurul, "Produksi menurut Yusuf Qardhawi (Studi Literatur Kitab *Daurul Qiyam wal Akhlaq Fil Iqtishadil Islami*), *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8(02), no. 3 (2022) : 1294-1300, doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jjei.v8i2.5251>.

² Lestari Niken dan Sulis Setianingsih, "Analisis Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi terhadap produsen genteng di Muktisari Kebumen Jawa Tengah), *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 3, no.1 (2019) : 2621-3818. <http://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/lab/article/view/235>.

³ Warkianto Widjaja dkk., *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Batam: Yayasan cendekia Mulia Mandiri, 2022), 24.

2) Pengertian luas

Pengertian produksi, dalam pengertian luas adalah sama dengan kegiatan-kegiatan dalam bidang industri. Sehingga pengertian produksi dalam arti luas ini sama dengan istilah : industri manufaktur, industri pengangkutan, industri jasa keuangan (bank dan lain-lain), industri perdagangan, industri pariwisata, industri pertambangan, industri rumah sakit dan sebagainya. Dalam pengertian ini, produksi bukan saja memproduksi barang saja, tetapi juga memproduksi jasa.

3) Pengertian ekonomi

Pengertian produksi, bila dilihat dari “kaca mata” ekonomi adalah kegiatan yang menyangkut usaha untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) yang sudah berubah bentuk, tempat, waktu, dan kepemilikannya.⁴

Secara umum produksi didefinisikan sebagai kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang dimanfaatkan oleh konsumen. Selain itu Produksi juga didefinisikan sebagai kegiatan terorganisir dalam rangka mengubah sumber daya menjadi produk jadi dalam bentuk barang dan jasa.⁵ Produksi merupakan urat nadi dari rangkaian aktifitas ekonomi, aktifitas konsumsi, distribusi, ataupun perdagangan tidak akan pernah ada tanpa diawali adanya proses produksi. Karena itu, aktifitas produksi sangat penting dalam kehidupan manusia.⁶

Menurut perspektif Islam, kata produksi dalam bahasa arab adalah *al intaj* yang secara harfiah dimaknai dengan *ijadu sil'ah* (mewujudkan atau mengadakan sesuatu) atau *khidmatu mu'ayyanah bi istikhdami muzayyadin min 'anashir al intaj dhamina itharu zamanin muhaddadin* (pelayanan jasa yang jelas dengan menuntut adanya bantuan penggabungan unsur-unsur produksi yang terbingkai dalam waktu terbatas). Taqiyuddin al Nabhani dalam mengantarkan pemahaman tentang produksi ia lebih suka memakai kata *istishna'* untuk mengartikan produksi dalam bahasa arab. Al

⁴ Ahmad Tohardi, *Kewirausahaan*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2021), 213-214.

⁵ Ibrahim Azharsyah dkk., *Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2021), 365.

⁶ Saparuddin, *Ilmu Ekonomi Mikro Islam*, (Trust Media Publishing, 2017), 140.

Nabhani dalam bukunya *an nizham al iqtishadi fi al islami* memahami produksi itu sebagai sesuatu yang mubah dan jelas berdasarkan as sunnah. Sebab Rasulullah SAW pernah membuat cincin. Diriwayatkan dari Anas yang mengatakan, “Nabi telah membuat cincin” (HR. Imam Bukhari). Dari Ibnu Mas’ud : “bahwa Nabi telah membuat cincin yang terbuat dari emas” (HR. Imam Bukhari). Beliau juga pernah membuat mimbar. Dari Sahal berkata : “Rasulullah SAW telah mengutus kepada seorang wanita (kata beliau) : perintahkan anakmu si tukang kayu itu untuk membuat sandaran tempat dudukku, sehingga aku bisa duduk diatasnya” (HR. Imam Bukhari). Pada masa Rasulullah orang-orang biasa memproduksi barang, dan beliaupun mendiamkan aktifitas mereka. Sehingga diamnya beliau menunjukkan adanya pengakuan (*taqrir*) beliau terhadap aktifitas memproduksi mereka. Status (*taqrir*) dan perbuatan Rasul itu sama dengan sabda Beliau, artinya sama merupakan dalil syara’.⁷ Menurut Kahf (1992), kegiatan produksi adalah upaya manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik atau materialnya, tetapi juga moralitas sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana yang digariskan dalam agama Islam, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat.⁸ Siddiqi mendefinisikan kegiatan produksi sebagai penyediaan barang dan jasa dengan memperhatikan nilai keadilan dan kebajikan / kemanfaatan (*mashlahah*) bagi masyarakat. Dalam pandangannya jika produsen telah bertindak adil dan membawa kebajikan bagi masyarakat maka ia telah bertindak Islami.⁹ Selanjutnya Al Haq (1996) menyatakan bahwa tujuan dari produksi adalah memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang merupakan *fardlu kifayah*, yaitu kebutuhan yang bagi banyak orang pemenuhannya bersifat wajib.¹⁰

⁷ Yudesman, Teori Produksi dalam Sistem Ekonomi Islam, *Jurnal Al Qisthu* 6, no.2, (2011), 1858-1099. <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/alqisthu/article/view/1230/610>.

⁸ Veithzal dkk., *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 410.

⁹ Rani Febriyanni dan M.Shabri Abd.Majid, “Analisis Faktor Produksi dalam Perspektif Islam (studi kasus : UMKM Keripik cinta mas Hendro)”, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi* 7, no.1 (2023), 25-31. doi: <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.719>.

¹⁰ Boedi Abdullah, *Ekonomi Mikro Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2016), 122.

Beberapa definisi dari berbagai referensi dapat disimpulkan, produksi adalah usaha untuk menciptakan, meningkatkan manfaat barang dengan mengkombinasikan faktor-faktor produksi untuk memenuhi kebutuhan. Produksi merupakan aktivitas ekonomi yang menyediakan barang/jasa sampai ke konsumen. Serta produksi merupakan proses perubahan input menjadi output.¹¹

b. Faktor-faktor Produksi

Faktor produksi (input) atau sumber daya merupakan segala sesuatu yang tersedia di alam dan atau di masyarakat dan dapat digunakan untuk kegiatan produksi. Faktor produksi berupa benda-benda atau alat bantu atau semua sumber daya produktif. Sumber daya tersebut disediakan oleh alam atau diciptakan oleh manusia dan dapat digunngakan oleh manusia. Faktor produksi dapat diklasifikasikan menjadi 4 jenis yaitu tanah, tenaga kerja, modal, dan keahlian.

1. Tanah

Faktor produksi tanah (*land*) atau sumber daya alam (*natural resources*) adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk kegiatan produksi yang berasal dari atau disediakan oleh alam antara lain :

- 1) Tanah dan segala yang tumbuh di atasnya dan yang terdapat didalamnya (benda-benda tambang).
- 2) Tenaga air untuk pengairan, pelayaran, pembangkit tenaga listrik, dan sebagainya.
- 3) Iklim, cuaca, curah hujan, arus angin, dan sebagainya.
- 4) Batu-batuan, tumbuh-tumbuhan, dan kayu-kayuan.
- 5) Ikan dan mineral, baik yang berasal dari darat maupun laut dan sebagainya.

Kepemilikan faktor produksi tanah di masyarakat tidak merata. Sumber kepemilikan bermacam-macam yaitu dibeli, disewa, disakap, pemberian negara, warisan, wakaf, dan lain-lain.

2. Tenaga Kerja

Faktor produksi tenaga kerja (*labour*) adalah setiap usaha yang dikeluarkan sebagian atau seluruh kemampuan jasmani dan rohani yang dimiliki manusia dan atau kemampuan fisik ternak dan mesin yang digunakan untuk

¹¹ Vadilla Mutia Zahara dan Cep Jandi Anwar, *Mikroekonomi (Sebuah Pengantar)*, Bandung, CV Media Sains Indonesia, 2020), 92.

kegiatan produksi barang dan atau jasa.

Jenis tenaga kerja dalam kegiatan pertanian adalah :

1) Tenaga kerja manusia

Tenaga kerja manusia dibedakan atas pria dan wanita.

Tenaga kerja manusia yang dibutuhkan untuk kegiatan pertanian berasal dari dalam dan dari luar keluarga.

Tenaga kerja dari dalam keluarga antara lain kepala keluarga, istri, anak atau kerabat. Tenaga kerja dari luar keluarga diperoleh dengan cara pemberian gaji/upah, gotong-royong/tolong menolong diantara para petani, atau cara lainnya.

2) Tenaga mesin

Penggunaan mesin akan meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerja. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan semakin beragamnya mesin yang digunakan untuk kegiatan pertanian.

3. Modal

Faktor produksi modal (*capital*) adalah semua jenis barang dan atau jasa yang bersama-sama dengan faktor produksi lain menghasilkan barang dan atau jasa baru atau menunjang kegiatan produksi barang dan atau jasa baru. Modal kadangkala disebut alat-alat produksi yang dihasilkan oleh faktor produksi alam dan tenaga kerja. Kadang kala modal juga dinamakan barang-barang investasi dan modal demikian terdiri dari mesin-mesin, peralatan, bangunan, dan lain-lain.

4. Keahlian

Ketersediaan sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal tidak menjamin bahwa kegiatan produksi dapat berlangsung. Diperlukan faktor produksi keempat yang mengatur penggunaan ketiga faktor produksi tersebut. Faktor produksi keahlian (*skill*) atau kecakapan tata laksana/kewiraswastaan (*entrepreneurship*) adalah keahlian/kecakapan tata laksana/kewiraswastaan yang berperan dalam mengelola faktor produksi tanah, tenaga kerja, dan modal pada kegiatan produksi barang dan atau jasa. Keahlian produksi akan membawa pada upaya meningkatkan produksi dengan tingkat penggunaan faktor produksi yang sama. Keahlian berorganisasi merupakan kemampuan untuk menghadapi dinamika hubungan kelembagaan yang terkait dengan usaha

produksi.¹²

Beberapa ahli ekonomi muslim, sebagaimana ahli ekonomi konvensional juga membagi faktor-faktor produksi menjadi empat, yaitu tanah (Sumber Daya Alam), tenaga kerja (Sumber Daya Manusia), modal dan manajemen produksi.

1. Tanah (Sumber Daya Alam)

Tanah mengandung pengertian yang luas, yaitu termasuk semua sumber yang kita peroleh dari udara, laut, gunung, dan sebagainya, sampai keadaan geografi, angin dan iklim yang terkandung dalam tanah. Allah telah menciptakan alam dan menaklukkan segala isinya untuk manusia (QS. Ibrahim : 32-33). Termasuk dalam faktor produksi tanah adalah :

a. Bumi (tanah)

Tanah merupakan faktor terpenting manusia, kita dapat berjalan, mendirikan bangunan, rumah, perusahaan (QS. Al Baqarah : 36).

b. Mineral

Adapun yang termasuk kategori ini seperti logam, bebatuan, dan sebagainya yang terkandung didalam tanah yang juga dapat dimanfaatkan oleh manusia (QS. Al hadid : 25).

c. Gunung

Gunung merupakan suatu sumber lain yang menjadi sumber tenaga asli yang membantu dalam mengeluarkan harta kekayaan. Gunung-gunung berfungsi sebagai penadah hujan dan menjadi aliran sungai-sungai dan melaluinya semua kehidupan mendapatkan rizki masing-masing. (QS. Al Hijr 19-20, An Nazi'at : 23-33).

d. Hutan

Hutan merupakan sumber kekayaan alam yang penting. Hutan memberikan bahan api, bahan-bahan mentah untuk industri kertas, damar, perkapalan, perabot rumah tangga dan sebagainya. (QS. An Nur : 35, Al Mukminun : 20).

¹² Karmini, *Ekonomi Produksi Pertanian*, (Samarinda, Mulawarman University Press, 2018), 20-35.

e. Hewan

Hewan mempunyai kegunaan memberikan daging, susu dan lemak untuk tujuan ekonomi, industri, dan perhiasan. Sebagian lagi digunakan untuk kerja dan pengangkutan. (QS. Thaha: 54, An Nahl : 5-8, Yasin : 71-73, Al Mukmin : 79-80, Al Mu'minun : 21-22, Al Qashash : 23).

f. Iklim dan Hujan

Iklim dan Hujan menentukan jenis dan ciri-ciri tanaman yang boleh di tanam (QS. An Nahl : 10-11, Al Waqi'ah : 68-69).

Baik al Qur'an maupun sunnah banyak memberikan tekanan pada pembudidayaan tanah secara baik. Dengan demikian, Al Qur'an menaruh perhatian akan perlunya mengubah tanah kosong menjadi kebun-kebun dengan mengadakan pengaturan pengairan dan menanaminya dengan tanaman yang baik.¹³

Allah menciptakan alam didalamnya mengandung banyak sekali kekayaan yang bisa dimanfaatkan manusia. Rasulullah menyarankan agar sumber daya alam yang berupa tanah hendaknya digarap sebagai lahan produksi. Tanah merupakan faktor yang penting dalam produksi. Tanah yang dibiarkan begitu saja tanpa diolah dan dimanfaatkan tidak memberikan manfaat bagi manusia. Sebaiknya tanah itu digarap, ditanami tumbuhan dan tanaman yang bisa dipetik hasilnya ketika dipanen, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dasar berupa pangan, Rasulullah bersabda :
"Barang siapa yang memiliki tanah, maka hendaklah ia menanaminya, jika ia tidak bisa atau tidak mampu menanaminya, maka hendaklah diserahkan kepada saudaranya yang muslim, dan janganlah menyewakannya." (HR. Muslim).¹⁴

2. Tenaga Kerja (Sumber Daya Manusia)

Tenaga kerja adalah usaha yang dilakukan manusia baik berupa kerja fikir maupun kerja jasmani atau sekaligus fikir dan jasmani dalam rangka

¹³ Yudesman, Teori Produksi dalam Sistem Ekonomi Islam, *Jurnal Al Qisthu* 6, hal. 89-90.

¹⁴ Ifthor, "Teori produksi dalam Islam", *Jurnal Ekonomi Syari'ah dan Hukum Islam*, no.1 (2022), 71-72.
<http://ejournal.iainata.ac.id/index.php/iqtisodina/article/view/168>

menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan masyarakat.¹⁵ Allah menciptakan manusia dengan maksud agar memakmurkan bumi, dalam arti mereka memanfaatkan sumber daya alam di bumi dan menjadi tenaga tenaga yang bertugas mengelola dan memproduksi hasil-hasil bumi sehingga tercapai kesejahteraan hidup. Allah berfirman dalam Al Qur'an yang artinya :

“*Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu memakmurkannya.*” (QS. Hud : ayat 61).

Manusia sebagai khalifah dimuka bumi diharapkan oleh Allah untuk menjadi pemakmur bumi dalam pemanfaatan tanah dan alam. Kata pemakmur mengindikasikan manusia yang selalu menjadikan alam ini makmur dan tidak menjadi perusak atau pengeksploitasi alam secara tidak bertanggung jawab.¹⁶

3. Modal

Modal sebagai salah satu faktor produksi dapat diartikan sebagai semua bentuk kekayaan yang dapat dipakai dalam proses produksi untuk menambah output. Modal merupakan bentuk kekayaan yang memberikan penghasilan bagi pemiliknya atau menghasilkan kekayaan lain.

Rasulullah pernah menyarankan, agar umat Islam bekerja meskipun sekedar mencari kayu bakar di hutan yang dapat dijadikan sebagai bahan baku (modal) yang berupa *Variable asset*.

Rasulullah sangat menghargai umatnya yang selalu bekerja dan berproduksi dalam rangka memenuhi kebutuhan materiel dan spiritualnya. Ia mendorong umat Islam agar rajin bekerja, berangkat pagi-pagi sekali untuk mencari karunia Allah agar dapat memberi dan berbagi nikmat kepada orang lain, tidak meminta-minta, dan agar dapat memenuhi kebutuhan orang-orang yang menjadi tanggungjawab mereka. Dalam hadits riwayat Abu Hurairah, Nabi bersabda :

¹⁵ Yudesman, Teori Produksi dalam Sistem Ekonomi Islam, *Jurnal Al Qisthu* 6, hal. 90.

¹⁶ Ifthor, “Teori produksi dalam Islam”, *Jurnal Ekonomi Syari'ah dan Hukum Islam*, 72.

“dari Abu Hurayrah r.a., katanya, aku mendengar Rasulullah SAW bersabda, “Hendaklah seseorang di antara kalian berangkat pagi-pagi sekali mencari kayu bakar, lalu bersedekah dengannya dan menjaga diri (tidak minta-minta) dari manusia lebih baik daripada meminta kepada seseorang baik diberi ataupun tidak. Tangan diatas lebih baik daripada tangan di bawah. Mulailah (memberi) kepada orang yang menjadi tanggung jawabmu.” (HR. Muslim).

Hadis di atas menjelaskan tentang beberapa hal terkait dengan aktivitas ekonomi, yaitu : (a) dorongan untuk rajin bekerja dengan berangkat pagi-pagi sekali, (b) dorongan untuk bekerja dan berproduksi, (c) dorongan untuk melakukan distribusi, (d) dorongan untuk hidup ksatria dengan tidak meminta-minta, dan (e) dorongan untuk bertanggung jawab dalam ekonomi keluarga.¹⁷

4. Manajemen/ Organisasi

Beberapa faktor produksi diatas tidak akan menghasilkan suatu profit yang baik ketika tidak ada manajemen yang baik. Karena tanah, tenaga kerja, modal dan lain sebagainya tidak akan bisa berdiri dengan sendirinya. Semuanya memerlukan suatu pengaturan yang baik, berupa suatu organisasi, ataupun suatu manajemen yang bisa menertibkan, mengatur, merencanakan, dan mengevaluasi segala kinerja yang akan dan telah dihasilnya oleh masing-masing divisi. Manajemen merupakan proses merencanakan dan mengarahkan kegiatan usaha perusahaan untuk mencapai tujuan. Manajemen/organisasi memegang peranan penting dalam kegiatan produksi. Pentingnya perencanaan dan organisasi dapat dilihat pada hakikat bahwa Allah sendiri adalah perencana yang terbaik. Seperti disebutkan dalam QS. Ali Imran ayat 173 yang artinya : “Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Dialah sebaik-baik pelindung”.¹⁸ Didalam Al Qur’an, kata-kata yang berkaitan dengan manajerial diungkapkan dalam beberapa bentuk yaitu *yudabbiru, yatadabbarun,*

¹⁷ Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi)*, (Jakarta : Kencana, 2015), 64-65.

¹⁸ Yudesman, *Teori Produksi dalam Sistem Ekonomi Islam, Jurnal Al Qisthu* 6, hal. 95-96.

*yatadabbar, dan al mudabbirat.*¹⁹

c. Tujuan Produksi

Tujuan umum produksi ialah memenuhi kebutuhan manusia untuk mencapai kemakmuran. Kemakmuran tercapai jika tersedia barang dan jasa dalam jumlah yang mencukupi.²⁰ Kegiatan produksi mempunyai tujuan yaitu:

1. Menghasilkan barang atau jasa
2. Meningkatkan nilai guna barang atau jasa
3. Meningkatkan kemakmuran masyarakat
4. Meningkatkan keuntungan
5. Memperluas lapangan usaha
6. Menjaga kesinambungan usaha dan perusahaan.²¹

Tujuan produksi dalam Islam adalah memberikan masalah yang maksimum bagi konsumen. Sekalipun demikian, memperoleh laba tidak dilarang selama berada dalam bingkai tujuan dan hukum Islam. Secara lebih spesifik, menurut Karim (2007), tujuan kegiatan produksi dalam Islam adalah meningkatkan kemaslahatan yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk berikut :

- a) Pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkat moderat.
- b) Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya.
- c) Menyiapkan persediaan barang/jasa pada masa depan.
- d) Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah SWT.²²

d. Konsep produksi

Konsep produksi adalah salah satu dari konsep tertua dalam bisnis. Konsep produksi menegaskan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk yang tersedia secara luas atau dalam jumlah banyak dan murah. Konsep produksi yang dilandasi oleh penjual maupun produsen yaitu konsep bahwa konsumen akan menyukai sebuah produk yang mempunyai mutu terbaik, kinerja terbaik, dan paling inovatif dalam sebuah produk. Jadi sebuah perusahaan maupun organisasi lainnya harus mencurahkan energi atau berpikir mateng-mateng dalam menciptakan sebuah produk yang

¹⁹ Ika Yunia Fauzia dan Abdul kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al Syari'ah*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2014), 120-121.

²⁰ Rahmatullah dkk., *Konsep Dasar Ekonomi*, (CV Nurlina, 2018), 88-89.

²¹ Saparuddin, *Ilmu Ekonomi Mikro Islam*, (Trust Media Publishing, 2017), 140.

²² Boedi Abdullah, *Ekonomi Mikro Syariah*, 124.

dapat memenuhi kebutuhan pasar dan selalu melakukan perbaikan terus menerus terhadap produk yang akan dipromosikannya. Pembeli tidak akan membeli suatu produk bila produk tersebut sama dengan produk lainnya atau hanya mengikuti saja tidak ada kemasan yang menarik dari produk tersebut.²³ Ciri-ciri konsep produksi adalah :

1. Konsumen menyukai produk yang tersedia luas dan harganya murah
2. Produsen berkonsentrasi pada efisiensi produk yang tinggi dengan biaya yang rendah
3. Distribusi secara besar-besaran
4. Mutu produk rendah.

Menurut Ginting konsep produksi ini masih merupakan filosofi yang sangat berguna dalam dua situasi pertama bila permintaan atas produk melampaui penawaran (pasar penjual). Dalam hal ini manajemen harus berupaya untuk meningkatkan produksi. kedua bila produksi terlalu tinggi, peningkatan produktifitas diperlukan untuk menurunkan biaya.²⁴

Setiap konsumen akan lebih respect atau lebih menyukai suatu produk apabila produk tersebut ada dan tersedia dibanyak tempat atau dimana-mana, serta harganya relatif murah sesuai dengan kemampuan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsep pemasaran ini berorientasi pada produksi dan memaksimalkan produk tersebut dengan efisien, serta memaksimalkan jangkauan distribusi produk tersebut kepada msyarakat luas. Maka suatu perusahaan tersebut harus berorientasi pada pemaksimalan ketersediaan barang dan atau jasa sehingga konsumen bisa memperoleh barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan tersebut dengan mudah dan cepat.²⁵

Dalam perspektif Islam, produksi tidak boleh mengeksploitasi kekayaan alam secara berlebihan, tetapi harus dikelola dengan cara yang baik. Adapun konsep produksi dalam Al Qur'an dan Hadist diantaranya :

1. Al Qur'an Surah Ibrahim ayat 32-34 yang artinya :

²³ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya, Unitomo Press, 2019) 27.

²⁴ Satriadi dkk., mengutip dari Fadhilah, *Manajemen Pemasaran*, (Bantul DIY, Samudra Biru 2019), 79.

²⁵ Satriadi dkk., *Manajemen Pemasaran*, 80.

“Allah lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air (hujan) dari langit, kemudian dengan (air hujan) itu Dia mengeluarkan berbagai buah-buahan sebagai rezeki untukmu; dan Dia telah menundukkan kapal bagimu agar berlayar di lautan dengan kehendak-Nya, dan Dia telah menundukkan sungai-sungai bagimu”.(32)

“Dan Dia telah menundukkan matahari dan bulan bagimu yang terus menerus beredar (dalam orbitnya); dan telah menundukkan malam dan siang bagimu”.(33)

“Dan Dia telah memberikan kepadamu segala apa yang kamu mohonkan kepada-Nya. Dan jika kamu menghitung nikmat Allah, niscaya kamu tidak dapat menghitungnya. Sungguh, manusia itu sangat zalim dan sangat mengingkari (nikmat Allah)”.(34)

2. Produksi dalam Al Qur’an Surah An Nahl, ayat 97, Allah berfirman yang artinya :

“Barangsiapa mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan Kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan”.

Pemahaman produksi dalam Al Qur’an memiliki arti sebagai bentuk usaha keras dalam pengembangan faktor-faktor sumber produksi yang diperbolehkan.

3. Berproduksi itu hukumnya mubah dan jelas berdasarkan as sunnah. Sebab Rasulullah Saw pernah membuat cincin. Di riwayatkan dari Anas yang mengatakan :” *Nabi Saw telah membuat sebuah cincin*”. (HR. Imam Bukhari).
4. Berproduksi juga sebagai penambah sumber penghasilan bagi dirinya. Nabi Saw bersabda : “ *seseorang yang membawa seutas tali kemudian memanggul kayu bakar dan membawa ke pasar lalu menjual dan ia hidup berkecukupan lalu untuk menafkahi dirinya, itu lebih baik daripada memintaminta pada manusia, diberi atau ditolak*”. (HR. Bukhari 1378, Ibnu Majah 1826).

Hadits ini mengindikasikan adanya anjuran produksi untuk menambah penghasilan dari pada me’mintaminta. Pekerjaan seseorang yang sesuai ketrampilan

yang dimiliki, dikategorikan sebagai produksi, begitupun kesibukan untuk mengolah sumber penghasilan juga dikatakan produksi. Rasul berkata : *“tidak ada makanan yang lebih baik kecuali dari hasil tangannya sendiri, nabi Daud makan dari tangannya sendiri”*. (HR. Ibnu Majah 2129, Ahmad 16552, 16560).²⁶

e. Proses Produksi

Proses produksi adalah serangkaian kegiatan yang meliputi seluruh tahapan kegiatan produksi barang dan atau jasa dari awal hingga akhir yaitu produk yang dihasilkan. Contoh proses produksi antara lain pengadaan sarana produksi, penanaman, pemeliharaan, pemanenan, pengolahan, dan pemasaran. Hasil akhir dari proses produksi yang dilakukan produsen adalah barang dan atau jasa yang disebut dengan produk (output).²⁷ Proses produksi dapat digolongkan menjadi :

1. Proses ekstraktif yaitu suatu proses produksi yang mengambil bahan-bahan langsung dari alam, misalnya penambangan batu bara, emas, dan pengeboran minyak.
2. Proses analitik yaitu suatu proses pemisahan dari suatu bahan menjadi beberapa macam barang yang hampir menyerupai bentuk atau jenis aslinya. Misal penyulingan minyak.
3. Proses sintetik yaitu suatu proses pengkombinasian beberapa bahan kedalam suatu produk. Misalnya perakitan mobil, televisi dan obat-obat.
4. Proses pabrikasi yaitu proses yang mengubah suatu bahan menjadi beberapa bentuk misalnya pembuatan pakaian, mebel, dan lain-lain.²⁸

f. Sifat-sifat proses produksi

- i. Continuous process (proses terus menerus) yaitu proses produksi yang memiliki pola atau urutan yang pasti dan tetap tidak berubah-ubah pola atau urutan pelaksanaan produksi dalam perusahaan ini akan selalu sama antara pelaksanaan produksi waktu yang lalu, sekarang dan waktu yang akan datang. Biasanya perusahaan yang

²⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 143-145.

²⁷ Karmini, *Ekonomi Produksi Pertanian*, 13-14.

²⁸ Dikdik Harjadi dan Dewi Fatmasari, *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep*, (UNIKU press, 2015), 141.

melakukan proses ini akan memproduksi produk dimana variasinya relatif kecil.

- ii. Intermittent process (proses terputus-putus) yaitu proses produksi yang memiliki pola atau urutan yang tidak tetap (sering berubah-ubah). Pola atau urutan pelaksanaan produksi dari waktu ke waktu dapat berubah-ubah dalam hal ini tidak ada produk standar.²⁹

g. Aspek-aspek Produksi

Berbagai usaha dipandang dari sudut ekonomi mempunyai tujuan yang sama, yaitu mencari keuntungan maksimum dengan jalan mengatur penggunaan faktor-faktor produksi seefisien mungkin, sehingga usaha memaksimalkan keuntungan dapat dicapai dengan cara yang paling efisien. Dalam prakteknya bagi setiap perusahaan pemaksimalan keuntungan belum tentu merupakan satu-satunya tujuan. Seorang pengusaha muslim terikat oleh beberapa aspek dalam melakukan produksi, antara lain :

- 1) Berproduksi merupakan ibadah, sebagai seorang muslim berproduksi sama artinya dengan mengaktualisasikan keberadaan hidayah Allah yang telah diberikan kepada manusia. Hidayah Allah bagi seorang muslim berfungsi untuk mengatur bagaimana ia berproduksi. Seorang muslim yakin apapun yang di ciptakan Allah di bumi ini untuk kebaikan dan apapun yang Allah berikan kepada manusia sebagai sarana untuk menyadarkan atas fungsinya sebagai seorang kholifah. Allah berfirman dalam surat Albaqarah (2) ayat 29, “ *Dialah Allah menjadikan segala yang ada dibumi untuk kamu*”.
- 2) Faktor produksi yang digunakan untuk menyelenggarakan proses produksi sifatnya tidak terbatas, untuk menggunakan manusia perlu berusaha mengoptimalkan segala kemampuannya yang telah Allah berika. Seorang muslim tidak akan kecil hati bahwa Allah tidak akan memberikan rizki padanya. Allah berfirman dalam surat Fush Shilat (41) ayat 31; “

²⁹ Dikdik Harjadi, dan Dewi Fatmasari, *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep*, (UNIKU press, 2015), 141-142.

Kamilah pelindung- pelindung dalam kehidupan dunia akhirat, didalamnya kamu memperoleh apa yang kamu inginkan dan memperoleh (pula) didalamnya apa yang kamu minta”.

- 3) Seorang muslim yakin bahwa apapun yang diusahakannya sesuai dengan ajaran islam tidak membuat hidupnya menjadi kesulitan. Sebagaimana dinyatakan Allah dalam Surat Al Mulk (67) ayat 15; *“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu maka berjalanlah disegala penjuruannya dan makanlah sebagian dari rizki-Nya”.*
- 4) Berproduksi bukan semata-mata karena keuntungan yang diperolehnya tetapi juga seberapa penting manfaat dari keuntungan tersebut untuk kemanfaatan (kemaslahatan) masyarakat. Dalam konsep islam harta adalah titipan Allah yang dipercayakan untuk diberikan kepada orang-orang tertentu, harta bagi seorang muslim bermakna amanah. Maka ia menyadari tidak berhak atas harta tersebut sepenuhnya sebagaimana firman Allah dalam suart Ad Dzuriyyat (51) ayat 19 *“ Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang mendapatkan bagian”.*
- 5) Seorang muslim menghindari praktek produksi yang mengandung unsur haram atau riba, pasar gelap dan spekulasi. Allah berfirma dalam surat al-Maidah (5) 90: *“Hai orang-orang yang beriman sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, berhala dan mengudai nasib dengan panah adalah perbuatan keji termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu dapat keberuntungan”.*³⁰

h. Prinsip Produksi

Pada prinsipnya aktivitas produksi berkaitan erat dengan prinsip ekonomi syari’ah, dimana seluruh kegiatan produksi harus sejalan dengan tujuan aktivitas ekonomi yang lain, seperti konsumsi maupun distribusi, yaitu mencari *falah* (Kamma, 2015). Secara umum, prinsip produksi meliputi :

1. Prinsip *tauhid (at-tauhid)*. Prinsip ini menyebutkan bahwa aktifitas produksi tidak hanya melibatkan

³⁰ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2002), 172-174.

hubungan secara horizontal (*hablun minannas*) melainkan juga hubungan secara vertikal (*hablun minallah*). Sehingga, aktifitas ini merupakan bagian dari implementasi pertanggungjawaban dan motivasi manusia dalam beribadah kepadaNya.

2. Prinsip kemanusiaan (*al Insaniyyah*). Implementasi al insaniyyah adalah bahwa manusia mempunyai hak untuk mencapai kesejahteraannya dengan mengaktualisasikan kemampuan produktif yang mereka miliki.
3. Prinsip keadilan (*al 'adl*). Perilaku adil akan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kualitas hidup manusia. Dengan berlaku adil, artinya manusia tidak melakukan dikotomi terhadap manusia lain. Sehingga manusia secara umum mendapatkan apresiasi terhadap apa yang mereka kerjakan dan mereka miliki.
4. Prinsip kebajikan (*al Maslahah*). Masalah memiliki implikasi terhadap pola hubungan vertikal maupun horizontal. Pada dimensi vertikal, mendiskripsikan kebajikan dan balasan atas pelaksanaan perintah Allah SWT. Sedangkan dimensi horizontal mendiskripsikan kebajikan terhadap sesama manusia serta lingkungan alamnya.
5. Prinsip kebebasan (*al Hurriyah*). Dan tanggung jawab (*al fardh*). Manusia secara utuh memiliki kebebasan atas apa yang mereka kerjakan. Akan tetapi, dalam kebebasan tersebut juga menuntut adanya pertanggungjawaban. Dalam kegiatan produksi, manusia diharuskan dapat mengambil manfaat, mengeksplorasi dan mengelola sumber daya ekonomi tanpa diiringi dengan merusak dan bertanggung jawab terhadap pelestariannya. Ini mengidentifikasi bahwa setiap perbuatan manusia memiliki konsekuensi logis terhadap prinsip moral dan psikologis, yaitu tanggung jawab terhadap diri sendiri, masyarakat dan penciptanya.³¹

³¹ Fita Nurotul Faizah, "Pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang Produksi", Serambi : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam 1, no. 2, 2019, 55-68, doi: <https://doi.org/10.36407/serambi.v1i2.71>.

2. Jamur Tiram

a. Taksonomi Jamur Tiram

Super Kingdom	: Eukaryota
Kingdom	: Myceteae (Fungi)
Divisio	: Amastigomycota
Sub Divisio	: Basidiomycotae
Kelas	: Basidiomycetes
Ordo	: Agaricales
Familia	: Agaricaeae
Genus	: <i>Pleurotus</i>
Spesies	: <i>Pleurotus sp</i> ³²

b. Morfologi Jamur Tiram

Jamur tiram memiliki nama ilmiah *Pleurotus sp.* Nama lainnya, *Shimeji* (Jepang), *Abalon Mushroom* atau *Oyster mushroom* (Eropa dan Amerika), *Supa liat* (Jawa Barat).³³ Bagian tubuh buah jamur mirip cangkang kerang, tudung tampak halus, lebar tudung 5-15 cm, panjang tangkai 3-10 cm. Saat masih muda, tudung berbentuk bulat dan pipih dengan bagian sisinya bergerigi. Warna permukaan tudung putih kekuningan, seiring pertumbuhan berubah jadi warna putih, kelabu, kecoklatan, kuning, oranye, atau merah jambu sesuai dengan varietasnya. Panjang tangkai bisa pendek maupun panjang tergantung pada cara tumbuhnya. Tangkai ini berwarna putih. Pada jamur tiram yang tumbuh vertikal akan tampak lebih panjang dibandingkan dengan jamur tiram yang tumbuh horizontal.³⁴

Jamur merupakan tanaman yang tidak memiliki klorofil sehingga tidak melakukan proses fotosintesis untuk menghasilkan makan sendiri. Jamur hidup dengan mengambil zat-zat makanan, seperti selulosa, glukosa, lignin, protein, dan senyawa pati dan organisme lain.

c. Reproduksi Jamur Tiram

Bakal tubuh buah atau primordia merupakan gumpalan kecil yang terdiri dari kumpulan miselia yang berkembang menjadi tubuh buah. Diameter tubuh buah sekitar 1 mm. Pada tubuh buah muda terlihat bagian-bagian tubuh buah seperti tudung dan tangkai yang terletak tidak ditengah

³² Parjimo, Agus Andoko, *Budidaya Jamur (Jamur Kuping, Jamur Tiram, Jamur Merang)*, (Jakarta: Agro Media Pustaka, 2007), 8-9.

³³ Yusnu, *Sukses Budidaya Jamur Tiram*, (Jakarta: Ilmu, 2018), 1.

³⁴ Yusnu, *Sukses Budidaya Jamur Tiram*, 2.

tudung. Dipermukaan bawah tudung dari tubuh buah muda terdapat bilah-bilah (lamela). Lamela tumbuh menurun dan melekat pada tangkai. Pada lamela terdapat sel-sel pembentuk spora (basidium) yang berisi basidiospora. Basidiospora biasanya dibentuk pada saat tubuh buah dewasa mengalami kematangan. Selama tepi tudung masih berlipat-lipat, tubuh buah belum dikatakan dewasa. Pada saat tepi tudung meregang penuh tubuh buah mencapai fase dewasa dan dapat dipanen. Tubuh buah yang matang biasanya rapuh dan spora-spora dapat dilepaskan.³⁵

d. Varietas (jenis) Jamur Tiram

Pleurotus sp. dikenal dengan sebutan jamur tiram tak lain karena bentuk badan buahnya menyerupai cangkang tiram. Bentuk badan buah jamur tiram sangat tergantung pada tempat tumbuhnya. Bila tumbuhnya disisi samping substrat, badan buah sering tidak bertangkai atau bertangkai pendek yang letaknya asimetri (seperti kerang). Jamur tiram termasuk jenis jamur perombak kayu yang dapat tumbuh pada berbagai media seperti serbuk gergaji, jerami, sekam, limbah kapas, limbah daun teh, klobot jagung, ampas tebu, limbah kertas, dan limbah pertanian maupun industri lain yang mengandung bahan lignoselulosa. Bahan-bahan tersebut ketersediaannya sangat melimpah di Indonesia. Sehingga dapat dijadikan sebagai media tanam, mulai dari pembibitan hingga budi dayanya.³⁶ Varietas jamur tiram yang sudah banyak dibudidayakan diantaranya adalah jamur tiram abu-abu (*P. Sajor caju [fries] Sing*), jamur tiram emas (*P. Citrinopileatus Sing*), jamur tiram merah muda (*P. Flabelatus*), jamur tiram hitam (*P. Sapidus*), jamur tiram abalon (*P. Cystiodus*), dan jamur tiram putih (*P. Ostreatus var. Florida nom. Prov. Eger*). Diantara aneka varietes tersebut, jamur tiram putih biasanya paling banyak dijumpai dipasaran.³⁷

e. Kandungan Gizi Jamur Tiram

Dalam dunia pertanian, jamur tiram termasuk komoditas sayuran yang budi dayanya tidak menggunakan pupuk

³⁵ Muad Asegab, *Bisnis Pembibitan, Jamur Tiram, Jamur Merang dan Jamur Kuping*, (Jakarta: AgroMedia Pustaka, 2011), 10-11.

³⁶ Sri Sumarsih, *Untung Besar Usaha Bibit Jamur*, (Depok: Penebar Swadaya, 2010), 7.

³⁷ Triono Untung Priyadi, *Bisnis Jamur Tiram*, (Jakarta: AgroMedia Pustaka, 2013), 8.

anorganik dan relatif tidak terkontaminasi oleh pestisida karena sifatnya yang dapat menyerap racun sehingga tidak perlu dikhawatirkan akan mengandung bahan kimia didalamnya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Departemen Sains kementerian Industri Thailand, diketahui bahwa jamur tiram mengandung 5,94 % protein, 50,59 % Karbohidrat, 1,56 % serat, dan 0,17 % lemak. Diperkirakan dalam 100 gram jamur tiram segar mengandung 45,65 kj kalori, 8,9 mg kalsium, 1,9 mg besi, 17,0 mg fosfor, 0,15 mg vitamin B1, 0,75 mg Vit B2, dan 12,40 mg vit C. Dibandingkan dengan daging ayam kandungan gizi jamur tiram masih lebih komplit sehingga tidak salah bila jamur ini kerap dianggap sebagai bahan pangan masa depan. Berdasarkan hasil penelitian lainnya, jamur tiram aman untuk dikonsumsi karena kandungan logamnya jauh dibawah ambang batas yang ditetapkan oleh Fruit Product Order and Prevention of Food Adulteration Act tahun 1954.³⁸

Tabel. 2
Perbandingan Kandungan Gizi Jamur dan bahan makanan lain (dalam %)³⁹

Bahan Makanan	Protein	Lemak	Karbohidrat
Jamur Merang	1,8	0,3	4
Jamur Tiram	27	1,6	58
Jamur Kuping	8,4	0,5	82,8
Daging sapi	21	5,5	0,5
Bayam	-	2,2	1,7
Kentang	2	-	20,9
Kubis	1,5	0,1	4,2
Seledri	-	1,3	0,2
Buncis	-	2,4	0,2

Diolah dari berbagai sumber

Sebagai makanan, jamur tiram termasuk sayuran yang mudah dimasak dan diolah sesuai dengan selera, misalnya olahan makanan seperti capcay, martabak telur, pepes,

³⁸ Syammahfuz Chazali, *Usaha Jamur Tiram Skala Rumah Tangga*, 10-11.

³⁹ Parjimo, Agus Andoko, *Budidaya Jamur (Jamur Kuping, Jamur Tiram, Jamur Merang)*, 4.

rendang, abon, bistik, botok, sate bakar, sup dan yang sudah lazim dijumpai adalah jamur yang dicampur dengan mie ayam. Selain dikonsumsi sebagai bahan makanan, jamur tiram juga dipercaya berkhasiat sebagai obat, terutama untuk mengobati penyakit lever, diabetes, anemia, kolesterol tinggi, serta sebagai antiviral dan antikanker. Kandungan seratnya yang tinggi dipercaya mampu mengobati gangguan pencernaan dan membantu menurunkan berat badan.⁴⁰

f. Manfaat Jamur Tiram

Beberapa manfaat jamur tiram antara lain sebagai berikut :

- a) Jamur tiram dapat menjadi sumber protein alternatif karena mengandung 9 asam amino esensial. Bila dibandingkan dengan bahan makanan lain, kadar protein pada jamur masih lebih tinggi (jamur mengandung 19-35 %, beras 7,3 %, gandum 13,2 %, dan susu sapi 25,2 %).
- b) Jamur tiram dapat dijadikan suplemen bagi para pelaku diet. Hal ini karena jamur tiram mengandung serat berupa lignoselulosa yang sangat baik bagi pencernaan.
- c) Selain sebagai sumber protein alternatif, jamur tiram juga bisa dijadikan sebagai makanan alternatif yang baik, khususnya bagi para penganut vegetarian dan penderita kolesterol tinggi. Kandungan gizi jamur setara dengan kandungan gizi pada daging, tetapi jamur tidak mengandung kolesterol jahat. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan USDA (United States Drugs and Administration) yang melakukan penelitian pada tikus. Hasilnya menunjukkan bahwa dengan pemberian menu jamur tiram selama 3 minggu bisa menurunkan kadar kolesterol dalam serum hingga 40 % sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa jamur tiram dapat menurunkan kadar kolesterol pada penderita hiperkolesterol.
- d) Kandungan senyawa pluran dalam jamur tiram dipercaya berkhasiat sebagai antitumor dan antioksidan.⁴¹

g. Syarat Tumbuh Jamur Tiram

Sebagai saprofit, jamur tiram menggunakan sumber karbon yang berasal dari bahan organik untuk diuraikan

⁴⁰ Syammahfuz Chazali, *Usaha Jamur Tiram Skala Rumah Tangga*, 11.

⁴¹ Syammahfuz Chazali, *Usaha Jamur Tiram Skala Rumah Tangga*, 12.

menjadi senyawa karbon sederhana kemudian diserap masuk kedalam miselium. Kemampuan menguraikan senyawa organik ini menyebabkan jamur dapat tumbuh pada berbagai bahan yang mengandung karbohidrat atau senyawa karbon organik lainnya. Sumber karbon yang dapat diserap masuk kedalam sel adalah senyawa-senyawa yang bersifat larut seperti monosakarida atau senyawa sejenis gula, asam organik, asam amino, dan senyawa sederhana lain. Media tanam yang paling sesuai untuk pertumbuhan jamur tiram dapat diadaptasikan dalam kondisi media tanam yang cukup bervariasi karena memang bersifat saprofit. Namun penggunaan media harus tetap memperhatikan syarat pertumbuhannya. Seperti contoh serbuk gergaji kayu yang tidak keras. Adapun serbuk gergaji kayu yang keras tetap dapat digunakan tetapi kandungan ligninya tinggi, padahal lignin lebih sulit untuk dirombak dibandingkan dengan selulosa. Sehingga, bisa menghambat pertumbuhan jamur. Untuk itu, agar pertumbuhan jamur tetap berlangsung baik, pada bahan media tanam kayu keras sebaiknya ditambahkan bahan yang mengandung selulosa tinggi dan bahan yang mempunyai nisbah C/N rendah seperti bekatul, bungkil kelapa, atau ampas tahu.⁴²

h. Faktor Nutrisi dan Lingkungan Jamur Tiram

Pertumbuhan dan perkembangan jamur tiram dipengaruhi oleh beberapa faktor nutrisi dan kondisi lingkungan. Nutrisi yang dibutuhkan oleh jamur tiram antara lain :

1. Karbon

Sumber karbon digunakan sebagai unsur dasar pembangun sel dan sumber energi yang diperlukan oleh jamur. Sumber karbon yang digunakan oleh jamur seperti monosakarida, polisakarida, selulosa, dan lignin (serbuk gergaji).

2. Nitrogen

Nitrogen diperlukan untuk membuat protein didalam jamur, jamur memperoleh unsur nitrogen dari selulosa dan lignin (serbuk gergaji).

⁴² Sri Sumarsih, *Bisnis Bibit Jamur Tiram Edisi Revisi*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2015), 10-12.

3. Vitamin

Vitamin digunakan sebagai tambahan suplemen dalam pertumbuhan jamur. Vitamin yang dibutuhkan diantaranya adalah vitamin B1 dan B12 (dedak dan tepung tapioka).

4. Mineral

Mineral sebagai suplemen dalam melengkapi nutrisi pada jamur. Ketersediaan sumber mineral tercukupi pada media tumbuh. Sumber mineral yang sering dibutuhkan adalah kalsium (kapur).

Adapun faktor lingkungan yang mempengaruhi pertumbuhan jamur tiram, meliputi :

1) Suhu

Suhu merupakan faktor yang sangat penting untuk pertumbuhan jamur tiram. Suhu yang ideal untuk menumbuhkan jamur tiram adalah 18-30 °C. suhu optimum dalam pertumbuhan miselia sekitar 25-28 °C. sedangkan suhu optimal untuk pertumbuhan tubuh buah jamur berkisar pada 18-24 °C.

2) Kelembaban

Kelembaban yang dibutuhkan agar pertumbuhan jamur maksimum berkisar 80-90%.

3) Cahaya

Cahaya sangat dibutuhkan oleh jamur tiram untuk pembentukan tubuh buahnya, sedangkan pada saat pertumbuhan miselia, cahaya yang dibutuhkan tidak banyak.

4) Aerasi (sirkulasi Udara)

Aerasi merupakan proses pertukaran udara, yaitu antara oksigen dan karbondioksida. pada saat pertumbuhan miselia, dibutuhkan konsentrasi karbondioksida yang lebih tinggi. Namun untuk pertumbuhan tubuh buah jamur justru sebaliknya, dibutuhkan oksigen yang lebih banyak. Oleh karena itu, pada proses pertumbuhan miselia *bag log* disimpan di tempat yang sedikit ventilasinya, tetapi pada proses pembentukan tubuh jamur dibutuhkan ventilasi yang cukup agar sirkulasi udara mudah masuk.

5) Tingkat keasaman (pH) *bag log*

Tingkat keasaman (pH) *bag log* yang baik berkisar antara 5,4-6,0 untuk pertumbuhan miselia dan tubuh buah jamur.⁴³

i. Keistimewaan Jamur Tiram

Jamur tiram telah banyak dibudidayakan di Indonesia melalui berbagai media tanam (substrat). Bukan tanpa alasan jika banyak orang yang memilih membudidayakan jamur tiram dibandingkan dengan jamur lainnya. Hal ini disebabkan keistimewaan jamur tiram sebagai berikut :

- i. Jamur tiram merupakan jamur jenis kayu yang paling mudah dibudidayakan karena memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap lingkungan.
- ii. Kandungan nutrisi jamur tiram lebih tinggi daripada jamur kayu lainnya. hal ini dapat diamati pada tabel berikut :

Tabel. 3

Perbandingan kandungan nutrisi beberapa jenis jamur konsumsi setiap 100 gram.

No	Jenis	Protein %	Lemak %	Karbohidrat %
1	Jamur Tiram	27	1,6	58
2	Jamur Kuping	8,4	0,5	82,4
3	Jamur Merang	1,8	0,3	4

Sumber : Taskirawati dan Baharuddin, 2009

- iii. Jamur tiram bermanfaat untuk mencegah berbagai macam penyakit, diantaranya mencegah diabetes mellitus dan penyempitan pembuluh darah, menurunkan kolestrol darah, menambah vitalitas dan daya tahan tubuh, mencegah penyakit tumor, kanker, gondok, influenza serta memperlancar buang air besar. Selain itu jamur tiram dapat menghentikan pendarahan dan mempercepat pengeringan luka.
- iv. Jamur tiram dapat dipanen sepanjang tahun secara kontinu, tidak tergantung pada musim, tentunya hal ini sangat menguntungkan.
5. Jamur tiram lebih tahan terhadap serangan hama dan penyakit dibandingkan dengan jenis jamur konsumsi lainnya karena termasuk jenis jamur kayu. Walaupun pada dasarnya perawatan dan pemeliharaan intensif

⁴³ Mochamad Yadi Nurjayadi dan Elang Ilik Martawijaya, *Sukses Bisnis Jamur Tiram di Rumah sendiri*, (Bogor: IPB Press, 2011), 9-10.

juga turut mempengaruhi kekebalan jamur, serangan hama dan penyakit yang mengancam dapat dicegah dengan sterilisasi media tanam.⁴⁴

3. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.⁴⁵ Menurut *American Marketing Association* (AMA) bahwa pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.⁴⁶ Menurut Fandi Tjiptono, pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal.⁴⁷ Pride and Ferrel juga memberikan definisi pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan rancangan untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyuguhkan nilai kepada *customer* dan untuk mengatur hubungan antar *customer* demi terpenuhinya sasaran organisasi dan *stakeholders*.⁴⁸ Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk berniali jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar

⁴⁴ Enjo Suharjo, *Budidaya Jamur Tiram Media Kardus*, (Jakarta: AgroMedia Pustaka, 2015), 2-3.

⁴⁵ Heri Sudarsono, *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran*, (Jember: CV Pustaka Abadi, 2020), 2.

⁴⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Edisi ketiga belas jilid 1*, (Erlangga, 2008), 5

⁴⁷ Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar, CV Sah Media, 2019), 1.

⁴⁸ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2018), 5.

tawaran yang berniali bagi konsumen, klien, mitra dan masyarakat umum.⁴⁹

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah bagaimana memuaskan kebutuhan pelanggan. Jika pemasar memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang mempunyai nilai superior dan menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produknya secara efektif, maka produk-produk tersebut akan terjual dengan mudah.

Dalam perspektif Islam, pemasaran mengacu pada aspek yang berorientasi pada pandangan kemaslahatan dunia dengan senantiasa mengacu pada rujukan ilahiyah yaitu Al Qur'an dan sunnah dan diperkuat oleh ijma' dan qiyas untuk meraih kebahagiaan yang haqiqi (*falah*).⁵⁰ Menurut Kertajaya, (Kertajaya dan Sula 2006:28) mengatakan bahwa pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari insiator kepada *stakeholder*-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.⁵¹ Pemasaran dalam Islam atau *marketing* syariah adalah merupakan strategi bisnis yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai dari seorang produsen, atau suatu perusahaan yang sesuai dengan ajaran Islam.⁵² Pemasaran syariah sendiri menurut definisi adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah, yaitu di jalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah di ajarkan Nabi Muhammad SAW.⁵³

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa pemasaran syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya

⁴⁹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, 2.

⁵⁰ Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, (Bogor: Lindan Bestari, 2020), 1.

⁵¹ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 1.

⁵² Buchari Alma dan Donni Juni, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 258.

⁵³ Putra Purnama dan Wiwik Hasbiyah, *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018), 18.

bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.⁵⁴

b. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran Islam lebih menitikberatkan pada akhlak (etika). Seorang pemasar dinilai telah melakukan pemasaran syariah jika sembilan akhlak (etika) ini diterapkan dalam proses pemasarannya, diantaranya :

1. Memiliki kepribadian spiritual (takwa)
2. Berperilaku baik dan simpatik (shidiq)
3. Berlaku adil dalam bisnis (al adl)
4. Bersikap melayani dan rendah hati (khidmah)
5. Menepati janji dan tidak curang
6. Jujur dan terpercaya (amanah)
7. Tidak suka berburuk sangka (su'udzan)
8. Tidak suka menjelek-jelekkan (ghibah)
9. Tidak melakukan sogok (riswah)

Dari konsep-konsep pemasaran Islam yang telah dijabarkan diatas, bahwa pemasaran perspektif Islam cukup identik dengan pemasaran konvensional. Kedua konsep pemasaran tersebut pada dasarnya masih identik dengan aktifitas berdagang. Distingsi antara kedua jenis pemasaran tersebut adalah konsep pemasaran islam terlihat hanya menyentuh pada karakteristik produk dan para pelakunya. Hal ini dapat dilihat dari syarat produk maupun jasa yang harus halal dan baik. Mulai dari proses pembuatannya hingga dapat diserahkan terimakan kepada konsumen. Begitu juga dengan karakteristik pemasar yang diharuskan untuk memiliki sifat kejujuran, menghindari perilaku curas, tidak berlaku dzalim serta hal-hal lainnya yang dilarang dalam ajaran Islam.⁵⁵

c. Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:75) Bauran pemasaran merupakan suatu cara didalam pemasaran yang digunakan perusahaan atau produsen secara terus menerus

⁵⁴ Fakhry Zamzam dan Havis aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2012), 99-100.

⁵⁵ Muhamad Anwar Fathoni, Konsep Pemasaran dalam Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Hukum dan Syariah* 9, no.1, (2018), 142-143. <http://jurnal.una.ac.id/index.php/pionir/article/view/452/380>

untuk memenuhi misi suatu perusahaan di pasar sasarnya.⁵⁶ Menurut Buchori Alma 2007:130) *marketing mix* (bauran pemasaran) adalah strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang paling memuaskan. Menurut Zeithaml da Bitner, (2008:48) *marketing mix* (bauran pemasaran) adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan tamu dan untuk memuaskan tamu.⁵⁷ Bauran pemasaran adalah serangkaian taktik pemasaran yang dirancang oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan pasar.⁵⁸

Dari beberapa pengertian bauran pemasaran (*Marketing Mix*) diatas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, dimana perusahaan mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon sasaran pasar.

Bauran pemasaran syariah tidak jauh berbeda dengan bauran pemasaran pada umumnya. Perbedaannya hanya terletak pada implementasinya, karena setiap variabel dalam bauran pemasaran syariah pelaksanaannya didasarkan atas perspektif Islam.⁵⁹ Keberhasilan pemasaran dibidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, dan promosi yang efektif. Empat kebijaksanaan pemasaran yang sering disebut Empat P atau bauran pemasaran (*Marketing Mix*) tersebut adalah Produk (*Product*), Harga (*Price*), Saluran Distribusi atau Lokasi (*Place*), dan Promosi (*Promotion*).⁶⁰

⁵⁶ Erina Alimin dkk., *Manajemen pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*, (Batu Layar: Seval, 2022), 62.

⁵⁷ Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*, 9.

⁵⁸ Samsul Arifin, *Pemasaran Era Milenium*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 85.

⁵⁹ Roni Mohamad dan Endang Rahim, Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam perspektif Syariah, *Mutawazin Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no.1, 2021,15-26. <https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/MUTAWAZIN/article/view/113>

⁶⁰ M.Fuad dkk., *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 128.

1. Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi, dan gagasan atau buah pikiran.⁶¹ Produk merupakan hasil dari proses produksi perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta dapat memuaskan konsumen.⁶² Menurut Kotler dan Amstrong (1997:274), “*Produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke Pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan*”. Dari definisi tersebut dapat diketahui produk adalah sesuatu yang dihasilkan atau dibuat untuk dipasarkan kepada konsumen untuk digunakan ataupun untuk dikonsumsi agar memenuhi kebutuhannya.⁶³

Pengertian produk dalam ekonomi syariah haruslah memenuhi standarisasi mutu, berdaya guna, mudah dipakai, indah dan memiliki daya tarik. Kualitas dari suatu produk harus menjadi perhatian utama dimana barang yang dijual harus jelas dan baik kualitasnya, agar calon pembeli dapat menilai dengan mudah terhadap produk tersebut. Rasulullah SAW melarang kepada kita untuk melakukan penipuan dengan cara memperlihatkan posisi produk yang baik dan menyembunyikan sisi kejelekan produk tersebut, sebagaimana hadits Rasulullah SAW dari Abu Hurairah, *Bahwa Rasulullah SAW melewati setumpuk barang makanan, maka beliau memasukkan tangannya (kedalam onggokan makan) dan tangan beliau menyentuh yang basah. Maka, beliau bersabda, “apa ini...?” “Pedagang itu menjawab, “basah karena hujan ya Rasulullah!” Bersabda Rasulullah “kenapa engaku tidak gtempatkan yang basah diluar(diatas), suapa pembeli*

⁶¹ Muhammad Irfan Nasution dkk., Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan, *Jurnal Riset Sains Manajemen* 1, no.1, 2017, 1-12. DOI: 10.5281/zenodo.1012560.

⁶² Fadali Rahman dan Aang Kunaifi, *Manajemen Pemasaran Syariah Konsep Dasar E Marketing dan Strategi*, (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2022), 27.

⁶³ Patah Abdul syukur dan Fahmi Syahfudin, Konsep Marketing Mix Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 5, no.1, 2017, 2355-1755.

dapat melihatnya...? barang siapa menipu, bukanlah umatku”. (HR. Muslim).⁶⁴

2. Harga (*Price*)

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran / transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang/jasa. Penetapan harga memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang dipilih perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan. Pada dasarnya ada empat tujuan penetapan harga yaitu :

- a. Tujuan yang berorientasi pada laba
Tujuan ini meliputi dua pendekatan yaitu maksimalisasi laba dan target laba.
- b. Tujuan yang berorientasi pada volume
Dalam tujuan ini harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target penjualan, nilai penjualan atau pangsa pasar. Tujuan ini biasanya dilandaskan strategi mengalahkan atau mengatasi persaingan.
- c. Tujuan yang berorientasi pada citra
Citra perusahaan dapat dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga.
- d. Tujuan stabilisasi harga
Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dengan harga pemimpin industri.⁶⁵

Penentuan harga dalam ekonomi syariah didasarkan atas mekanisme pasar, yakni harga ditentukan berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran atas azas sukarela (*an taradhiin*), sehingga tidak ada satu pihak pun yang teraniaya atau *terzalimi*. Dengan syarat sebaiknya kedua belah pihak yang bertransaksi mengetahui mengenai produk dan harga dipasaran. Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh bagaimana caranya menentukan suatu harga jual produk, sebagaimana beliau lakukan ketika

⁶⁴ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syari'ah*, (Jakarta, Grasindo), 60.

⁶⁵ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 102.

melakukan perniagaan, yakni dengan cara menyebut berapa harga beli barang di Makkah, biaya transport dari Makkah ke Syam, dan lamanya memerlukan waktu sekian hari. Nabi Muhammad SAW menyerahkan pembeli untuk menentukan harga yang pantas terhadap barang yang dijualnya.⁶⁶

3. Saluran distribusi atau Lokasi (*place*)

Place merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis, lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan melakukan kegiatan operasional (Lupiyoadi,2001 :61). Dalam *place* ada tiga jenis interaksi yang dapat digunakan :

- a. Konsumen mendatangi perusahaan
- b. Perusahaan mendatangi konsumen
- c. Perusahaan dan konsumen tidak bertemu langsung.⁶⁷

Dalam ekonomi syariah *place* yang berarti lokasi dan distribusi. Nabi Muhammad melarang orang-orang atau perantara memotong jalur distribusi dengan melakukan pencegahan terhadap para pedagang dari desa yang ingin menjual barangnya ke kota. Mereka dicegah dipinggir kota dan mengatakan bahwa harga bawaan mereka sekarang harganya jatuh, dan lebih baik barang itu dijual kepada mereka yang mencegah. Hal ini sangat dilarang oleh Nabi Muhammad. *“Tidak boleh orang kota menjadi perantara niaga bagi orang desa. Biarkan orang memperoleh rizki Allah satu dari yang lainnya”*. (HR. Muslim).

Kemudian dalam hal perantara, para tengkulak yang suka menjalankan politik ijon, dan membeli buah diatas pohon, yang ditaksir berapa harganya. Hal ini dilarang Nabi Muhammad, tidak dibenarkan membeli buah diatas pohon karena belum jelas jumlah hasilnya. Sehingga jual beli itu meragukan.⁶⁸

⁶⁶ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syari'ah*, 60-61.

⁶⁷ Patah Abdul syukur dan Fahmi Syahfudin, *Konsep Marketing Mix Syariah, Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 5

⁶⁸ Buchari Alma dan Donni Juni, *Manajemen Bisnis Syariah*, 268.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tjiptono (2007:209-210).⁶⁹ Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tujuan utama Promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Tujuan secara lebih rinci adalah sebagai berikut :

- a. Menginformasikan yaitu berupa, menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk, menyampaikan perubahan harga kepada pasar, mengurangi kekhawatiran dan ketakutan pembeli.
- b. Membujuk pelanggan sasaran, yaitu untuk mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga.
- c. Mengingat yang terdiri dari : mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat, mengingatkan kembali akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan, menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Sedangkan jika ditinjau secara ilmiah ekonomi, maka tujuan dari promosi adalah untuk menggeser kurva permintaan akan produk ke kanan dan membuat permintaan menjadi inelasitas (dalam kasus harga naik) dan elastis (dalam kasus harga turun). Namun secara ringkas promosi berkaitan dengan upaya untuk

⁶⁹ Christian, Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pengaruhnya terhadap Loyalitas konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado, *Jurnal Emba* 1, no.3, 2013, 71-80 <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.1374>

mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan selalu ingin akan produk tersebut.⁷⁰

Promosi dalam sistem ekonomi syariah harus memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan. Media atau sarana dan metode yang digunakan harus sesuai dengan syariah.⁷¹ Dalam Al Qur'an tidak ada larangan mempromosikan produk, baik barang atau jasa dengan sistem periklanan. Bahkan periklanan pun dapat digunakan untuk mempromosikan kebenaran bagaimana seharusnya usaha bisnis dalam Islam. Namun, periklanan yang berisi tentang pernyataan-pernyataan yang berlebihan termasuk kedalam bentuk penipuan. Islam sangat menganjurkan untuk berpegang teguh kepada nilai-nilai kejujuran dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, termasuk dalam promosi.⁷² Dalam sebuah hadist disebutkan, *"Ibnu Umar berkata : Seorang laki-laki mengadu pada Nabi, "Aku telah tertipu dalam jual beli." Maka beliau bersabda : "Katakanlah kepada orang yang kamu ajak berjual beli, " tidak boleh menipu !"* Sejak itu, jika ia bertransaksi jual beli, ia mengatakannya. (HR. Bukhari).

Hadist diatas dapat menjadi acuan bagi upaya promosi yang dilakukan oleh perusahaan baik dalam hal menjual produk atau jasa ke publik agar memberikan informasi yang benar dan akurat, sehingga tidak mengandung unsur penipuan yang dapat merugikan konsumen atau pelanggan.

⁷³

4. Kesejahteraan

a. Definisi Kesejahteraan

Pengertian kesejahteraan menurut Kamus Bahasa Indonesia berasal dari kata sejahtera yang mempunyai makna

⁷⁰ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 76-122.

⁷¹ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syari'ah*, 62.

⁷² Roni Mohamad dan Endang Rahim, *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam perspektif Syariah, Mutawazin Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no.1, 2021, 15-26.

⁷³ Ita Nurholifah, *Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah, Jurnal Khatulistiwa* 4, no.1, 2014, 73-86.

aman, sentosa, makmur, dan selamat. Terlepas dari segala macam gangguan, kesukaran, dan sebagainya (WJS 1999:887). Kata sejatera mengandung pengertian dari bahasa sansekerta “*catera*” yang berarti payung. Dalam konteks kesejahteraan “*catera*” adalah orang yang sejahtera, yakni orang yang dalam hidupnya bebas dari kemiskinan, kebodohan, ketakutan, atau kekhawatiran sehingga hidupnya aman dan tentram, baik lahir maupun batin (Adi 2012:8).⁷⁴ Kesejahteraan hidup merupakan suatu siklus yang melibatkan beberapa perubahan aspek dasar kehidupan manusia yang tidak meningkat terhadap suatu keadaan yang lebih baik dalam kelompok masyarakat, gaya hidup dan hubungan sosial. Kesejahteraan menurut Al Ghazali adalah tercapainya kemaslahatan. Kemaslahatan sendiri merupakan terpeliharanya tujuan syara’ (Maqosid al syari’ah). Manusia tidak dapat merasakan kebahagiaan dan kedamaian batin, melainkan setelah tercapainya kesejahteraan yang sebenarnya dari seluruh umat manusia didunia melalui pemenuhan kebutuhan-kebutuhan ruhanu dan materi. Untuk mencapai tujuan syara agar dapat terealisasinya kemaslahatan, beliau menjabarkan tentang sumber kesejahteraan, yakni : terpeliharanya agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. (Rohman: 2010).⁷⁵ Menurut Magrabi et al (1991), Kesejahteraan didefinisikan sebagai suatu keadaan yang sehat, nyaman, senang dari konsumsi barang dan pelayanan. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2009, Kesejahteraan sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.⁷⁶

b. Kesejahteraan menurut Al Qur’an

Kesejahteraan merupakan tujuan dari ajaarn Islam dalam bidang ekonomi. Kesejahteraan merupakan bagian dari rahmatan lil ‘alamin yang diajarkan oleh agama Islam. Namun

⁷⁴ Pardomuan Siregar, Pertumbuhan Ekonomi dan Kesejahteraan dalam Perspektif Islam, *Jurnal Bisnis 1*, no.1, (2018). <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/bisnet/article/viewFile/45/37>

⁷⁵ Didi Suardi, Makna Kesejahteraan dalam sudut pandang Ekonomi Islam, *Jurnal pemikiran dan pengembangan Perbankan Syariah 6*, no.2, (2021), 321-334. <https://doi.org/10.36908/isbank.v6i2.180>

⁷⁶ Zaman Nur dkk., *Sumber Daya dan Kesejahteraan Masyarakat*, (Yayasan Kita Menulis, 2021), 27.

kesejahteraan yang dimaksudkan dalam Al Qur'an bukanlah tanpa syarat untuk mendapatkannya. Kesejahteraan akan diberikan oleh Allah SWT jika manusia melaksanakan apa yang diperintahkannya dan menjauhi apa yang dilarangnya (Syamsuddin, 1994).⁷⁷

Banyak ayat Al Qur'an yang memberikan penjelasan tentang kesejahteraan. Ada yang secara langsung (tersurat) dan ada yang secara tidak langsung (tersirat) berkaitan dengan permasalahan ekonomi. Namun demikian, penjelasan dengan menggunakan dua cara ini menjadi satu pandangan tentang kesejahteraan. Allah SWT berfirman dalam surah Al Nahl ayat 97 yang artinya :

“Barang siapa yang mengerjakan amal shaleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan”. (QS. Al Nahl : 97).

c. Indikator Kesejahteraan

Menurut Badan Pusat Statistik (2022), indikator yang digunakan untuk mengetahui tingkat kesejahteraan ada delapan, yaitu pendapatan, konsumsi atau pengeluaran keluarga, keadaan tempat tinggal, kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, tingkat pendidikan.⁷⁸

Al Qur'an telah menyinggung indikator kesejahteraan dalam Surah Quraisy ayat 3-4, *“Maka hendaklah mereka menyembah Tuhan (pemilik) rumah ini (Ka'bah). Yang telah memberikan makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari rasa takut.”*

Berdasarkan ayat diatas, maka kita dapat melihat bahwa indikator kesejahteraan dalam Al Qur'an ada 3 yaitu menyembah Tuhan (pemilik) Ka'bah, menghilangkan lapar, dan menghilangkan rasa takut.

a) Menyembah Tuhan (pemilik) Ka'bah

Ketergantungan penuh manusia kepada Tuhan pemilik Ka'bah, indikator ini merupakan representasi dari pembanguan mental, hal ini menunjukkan bahwa jika

⁷⁷ Didi Suardi, Makna Kesejahteraan dalam sudut pandang Ekonomi Islam, *Jurnal pemikiran dan pengembangan Perbankan Syariah* 6, 328.

⁷⁸ Zaman Nur dkk., *Sumber Daya dan Kesejahteraan Masyarakat*, 28.

seluruh indikator kesejahteraan yang berpijak pada aspek materi telah terpenuhi, hal ini tidak menjamin bahwa pemiliknya akan mengalami kebahagiaan, kita sering mendengar jika ada orang yang memiliki rumah mewah, kendaraan banyak, harta yang melimpah, namun hatinya selalu gelisah dan tidak pernah tenang bahkan tidak sedikit yang mengakhiri hidupnya dengan bunuh diri padahal, seluruh kebutuhan materinya telah terpenuhi. Karena itulah ketergantungan manusia kepada Tuhannya yang diaplikasikan dalam penghambaan (ibadah) kepadanya secara ikhlas merupakan indikator utama kesejahteraan (kebahagiaan yang hakiki).

- b) Hilangnya rasa lapar
 Hilangnya rasa lapar (terpenuhinya kebutuhan konsumsi), ayat diatas menyebutkan bahwa Dialah Allah yang memberi mereka makan untuk menghilangkan rasa lapar, statmen tersebut menunjukkan bahwa dalam ekonomi Islam terpenuhinya kebutuhan konsumsi manusia yang merupakan salah satu indikator kesejahteraan hendaknya bersifat secukupnya (hanya untuk menghilangkan rasa lapar) dan tidak boleh berlebih-lebihan apalagi sampai melakukan penimbunan demi mengeruk kekayaan yang maksimal , terlebih lagi jika harus menggunakan cara-cara yang dilarang oleh agama, tentu hal ini tidak sesuai dengan anjuran Allah dalam surat Quraisy diatas, juka hal itu bisa terpenuhi maka kita tidak akan menyaksikan adanya korupsi, penipuan, pemerasan, dan bentuk-bentuk kejahatan lainnya. (Athiyyah, 1992:370).
- c) Hilangnya rasa takut
 Hilangnya rasa takut merupakan representasi dari terciptanya rasa aman, nyaman dan damai. Jika berbagai macam kriminalitas seperti perampokan, pembunuhan, pencurian, dan kejahatan-kejahatan yang lain banyak terjadi ditengah masyarakat, hal itu menunjukkan bahwa masyarakat tidak mendapatkan ketenangan, kenyamanan, dan kedamaian dalam kehidupan, atau dengan kata lain masyarakat belum mendapatkan kesejahteraan.⁷⁹

⁷⁹ Amirus Sodik, "Konsep Kesejahteraan dalam Islam", *Jurnal Equilibrium* 3, no.2, (2015), 380-405. doi:<http://dx.doi.org/10.21043/equilibrium.v3i2.1268>.

d. Konsep Kesejahteraan Perspektif Ekonomi Islam

Kajian tentang Islam dan kesejahteraan sosial telah banyak dilakukan oleh intelektual muslim. Salah satu cabang kajian Islam yang memfokuskan pada ekonomi, sering disebut ekonomi Islam. Ekonomi Islam didefinisikan dengan redaksi yang berbeda-beda, namun jika ditarik benang merahnya, semuanya bermuara pada pengertian yang relatif sama. Hal ini sangat erat kaitannya dengan tujuan utama Syariat Islam, yaitu mewujudkan kemaslahatan umat manusia, baik didunia maupun diakhirat. Ini sesuai dengan misi Islam secara keseluruhan yang rahmatan lil ‘alamin. Al syatibi dalam al Muwafaqat. Menegaskan yang artinya "*Telah diketahui bahwa syariat Islam itu disyariatkan atau diundangkan untuk mewujudkan kemaslahatan makhluk secara mutlak*". Dalam ungkapan lain Yusuf Al Qardhawi menyatakan yang artinya "*Dimana ada masalah, disanalah hukum Allah*".

Dua ungkapan tersebut menggambarkan secara jelas bagaimana eratnya hubungan antara syariat Islam dan kemaslahatan. Ekonomi Islam yang merupakan salah satu bagian dari syariat Islam, tujuannya tentu tidak lepas dari tujuan utama syariat Islam. Tujuan utama ekonomi Islam adalah merealisasikan tujuan manusia untuk mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan dunia dan akhirat (falih), serta kehidupan yang baik, dan terhormat (al hayah al tayyibah). Ini merupakan definisi kesejahteraan dalam pandangan Islam, yang tentu saja berbeda secara mendasar dengan pengertian kesejahteraan dalam ekonomi konvensional yang sekuler dan materialistik.⁸⁰

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa karya penelitian yang relevan dengan persoalan-persoalan di atas, diantaranya yaitu :

No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Niken Lestari ⁸¹	Analisis Produksi	Penelitian yang dilakukan Niken	Penelitian Niken dengan

⁸⁰ Nur Fadilah, Konsep Kesejahteraan Sosial dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Salimiya : Studi Ilmu Keagamaan Islam 1*, no.1, (2020), p-ISSN: 2615-0212, e-ISSN; 2621-2838. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya/article/view/88>

⁸¹ Niken Lestari, "Analisis Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi terhadap Produsen genteng di Muktisari, Kebumen Jawa Tengah)," *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, no.1 (2019): 96-120

		dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi terhadap produsen genteng di Muktisari, Kebumen, Jawa Tengah)	bertujuan untuk mengetahui Prinsip Ekonomi Islam, Prinsip produksi, dan faktor Produksi Genteng di Muktisari, Kebumen, Jawa Tengah. Sedangkan peneliti meneliti tentang Faktor-faktor Produksi Jamur Tiram di Kec.Kayen Kab.Pati.	peneliti sama-sama meneliti tentang Faktor-faktor Produksi.
2	Zulfarina ⁸²	Budidaya Jamur Tiram dan Olahannya untuk Kemandirian Masyarakat Desa	Penelitian zulfarina meneliti tentang Budidaya jamur tiram dan olahannya di desa Seko Lubuk Tigo Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. Sedangkan peneliti melakukan penelitian tentang Produksi jamur tiram di Kec.Kayen Kab. Pati.	Penelitian Zulfarina dengan peneliti sama-sama meneliti tentang Budidaya jamur Tiram.
3	Wika Undari ⁸³	Usaha Mikro kecil dan	Penelitian yang dilakukan Wika	Penelitian Wika dengan

⁸² Zulfarina, "Budidaya Jamur Tiram dan Olahannya untuk Kemandirian Masyarakat Desa," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, no.3 (2019): 358-370

⁸³ Wika Undari, Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang

		Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai.	bertujuan untuk mengetahui perkembangan dan peranan UMKM terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat Kecamatan Perbaungan Kab. Serdang Bedagai. Sedangkan peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui perkembangan produksi jamur terhadap kesejahteraan ekonomi di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati.	peneliti sama-sama meneliti usaha untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi.
4	Dika Hikmawa ⁸⁴	Analisis Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus pada Toko AGS Kuningan)	Penelitian yang dilakukan Dika bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran di toko UMKM AGS Kuningan. Strategi pemasaran yang digunakan adalah dengan bauran pemasaran (Produk, Harga, Promosi dan Lokasi).	Penelitian Dika dengan peneliti sama-sama meneliti tentang Bauran pemasaran.

Bedagai, *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora* 6, no. 1, (2021), 32-38. <https://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/JP2SH/article/view/702/522>

⁸⁴ Dika Hikmawan, “Analisis Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Volume Penjualan dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus pada Toko AGS Kuningan),” *Change Think Journal*, no.1 (2022): 50-59

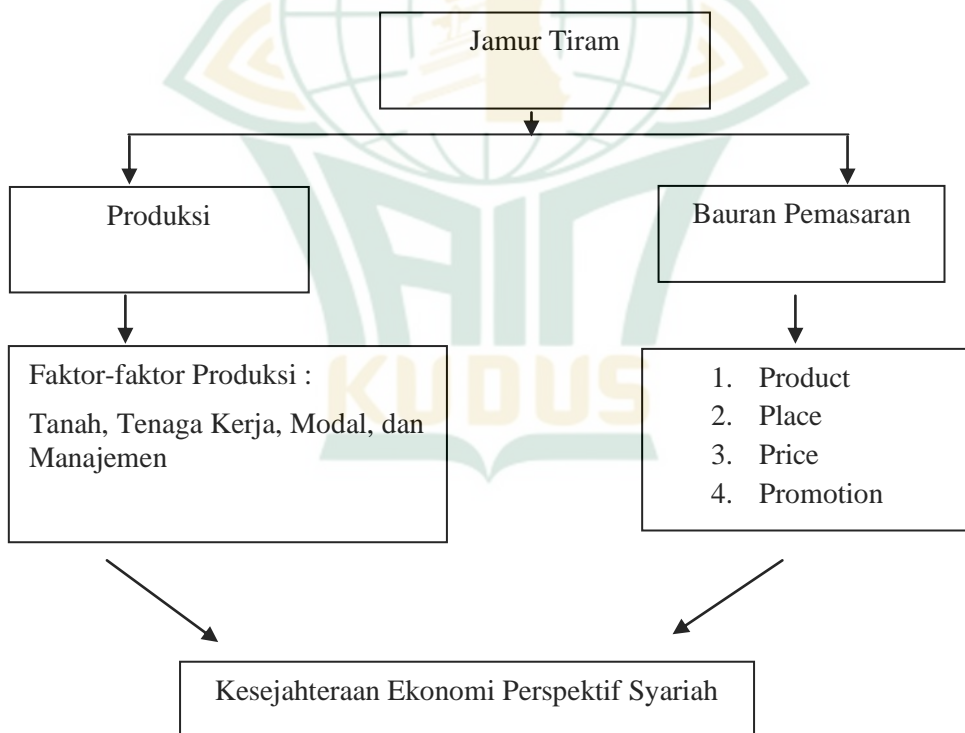
			Sedangkan peneliti akan meneliti tentang bauran pemasaran 4P (Product, Place, Price, Promotion) di Kec. Kayen Kab. Pati	
5	Haris Hermawan ⁸⁵	Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen dalam pembelian Roti Ceria di Jember.	Penelitian yang dilakukan Haris untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan kepuasan, dan loyalitas konsumen. Sedangkan peneliti akan meneliti penerapan bauran pemasaran Jamur tiram dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi di Kec. Kayen Kab. Pati.	Penelitian Haris dengan peneliti sama-sama meneliti tentang Bauran pemasaran.
6.	Dewi Sekar Tanjung ⁸⁶	Analisis Usaha Budidaya dan Pemasaran Jamur Tiram Putih (<i>Pleurotus</i>	Penelitian yang dilakukan Dewi bertujuan untuk mengetahui besar biaya, penerimaan, pendapatan usaha	Penelitian Dewi dengan peneliti sama-sama meneliti usaha jamur tiram.

⁸⁵ Haris Hermawan, Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Roti Ceria di Jember, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia 1*, no. 2, (2015), 143-161. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/21/18>

⁸⁶ Dewi Sekar Tanjung, Analisis Usaha Budidaya dan Pemasaran Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) Di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang, *Jurnal Agrica 11*, no.1, (2018), 1979-8164. Doi: <https://doi.org/10.31289/agrica.v11i1.1212.g1604>.

		<p><i>Ostreatus</i>) Di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang.</p>	<p>jamur dan pemasarannya di Kecamatan Ngaliyan Kabupaten Semarang. Sedangkan peneliti akan meneliti proses produksi jamur dan pemasarannya di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati.</p>	
--	--	---	--	--

C. Kerangka Berpikir



Untuk menyimpulkan bagaimana produksi dan pemasaran jamur tiram dapat mensejahterakan ekonomi perspektif syariah, peneliti menfokuskan penelitian jamur tiram di dua sektor. pertama fokus di sektor produksi yang menjelaskan bagaimana proses produksi jamur tiram dan menjelaskan faktor-faktor dalam produksi diantaranya berupa Tanah, Tenaga Kerja, Modal, dan Manajemen. Sedangkan sektor yang kedua adalah dalam pemasarannya, peneliti menggunakan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

