

**STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH
(Studi Kasus Di Roemah Jamoer Ikram Desa Puringan Kecamatan Teluk Keramat)**

Asmija Ika Bella^{1*}, Oskar Hutagaluh², Jum'an³

¹Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, e-mail: asmijaikabella484@gmail.com

² Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, e-mail: oskarhutagaluh@gmail.com

³ Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, e-mail: juman85@gmail.com

ABSTRACT

Marketing strategy is making decisions about costs, marketing, marketing mix, marketing allocation in relation to expected environmental conditions and competitive conditions. Marketing strategy is very important to measure the success of a business. The marketing strategy applied at Roemah Jamoer Ikram is well, it could be sent from the 3 (Three) years ago that production could be continued to grow so that it creates new products such as Jamur Crispy. This study aims to determine the marketing strategy in increasing sales volume and sharia economic review in the marketing strategy of Jamur Tiram in Roemah Jamoer Ikram. This research uses a descriptive qualitative approach and includes the type of case study research. Data collection techniques used are observation, interview, and documentation. The primary data source is the owner of Jamur Tiram production in Roemah Jamoer Ikram and the secondary data source is from written sources relating to the marketing strategy of Jamur Tiram. Research data analysis techniques are data reduction, data presentation, and conclusions or verification of research data. The data techniques used are the degree of confidence and continuous observation. Based on the results of the study concluded that Roemah Jamoer Ikram has implemented a marketing mix strategy that uses 5P variable are Product, Price, Place, Promotion, and People. Based on viewed by the perspective of sharia economics related to marketing strategies at Roemah Jamoer Ikram, it has implemented what the prophet Muhammad Saw, namely by prioritizing the nature of: Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh, and Istiqamah.

Keywords : Oyster Mushroom, Sharia Marketing Strategy, Marketing Mix

ABSTRAK

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan tentang biaya, pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk mengukur keberhasilan suatu usaha. Strategi pemasaran yang diterapkan di Roemah Jamoer Ikram sangat bagus, hal ini dilihat dari jangka waktu 3 (Tiga) tahun produksinya bisa terus berkembang sehingga dapat menciptakan produk baru seperti Jamur Crispy. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan dan tinjauan ekonomi syariah dalam strategi pemasaran jamur tiram di Roemah Jamoer Ikram. Adapun fokus masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi

pemasaran jamur tiram dalam meningkatkan volume penjualan di Roemah Jamoer Ikram dan bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi pemasaran jamur tiram di Roemah Jamoer Ikram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dan termasuk jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data primer adalah pemilik produksi jamur tiram di Roemah Jamoer Ikram serta sumber data sekunder terdapat dari sumber-sumber tertulis yang berkaitan dengan strategi pemasaran jamur tiram. Teknik analisis data penelitian yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah derajat kepercayaan dan pengamatan terus menerus.

Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa Roemah Jamoer Ikram telah menerapkan strategi *marketing mix* yang menggunakan variabel 5P yaitu *Product, Price, Place, Promotion, dan People*. Jika ditinjau dari perspektif ekonomi syariah terkait strategi pemasaran di Roemah Jamoer Ikram sudah menerapkan seperti apa yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW yaitu dengan mengutamakan sifat *shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, dan istiqamah*.

Kata Kunci : Jamur Tiram, Strategi Pemasaran Syariah, Bauran Pemasaran

Corresponding Author : Asmija Ika Bella, asmijaikabella484@gmail.com

PENDAHULUAN

Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan usaha, karena salah satu ajaran Islam mengatakan “tangan diatas lebih mulia dari pada tangan dibawah”. Islam mendorong setiap amal perbuatan yang menghasilkan produk atau jasa tertentu bagi umat manusia, atau memperindah kehidupan mendatangkan kemakmuran dan kesejahteraan keluarga maupun masyarakat sekitarnya (Sofyan, 2013).

Perspektif Islam terdapat pada Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Terjemahan:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat ini menjelaskan sejumlah hal-hal yang diharamkan seputar harta dan jiwa setelah sebelumnya dijelaskan sejumlah perempuan yang haram dinikahi atau muharramatun nisa', sebagaimana dijelaskan Abus Su'ud (wafat 982 H), mufasir kenamaan asal negeri Mesir. Persisnya, ayat ini menjelaskan dua bahasan utama, yaitu keharaman memakan harta orang lain secara jahat atau batil, dan keharaman melakukan pembunuhan.

Salah satu usaha yang sangat potensial saat ini adalah produksi jamur tiram. Jamur tiram merupakan salah satu jenis jamur yang sudah dikenal masyarakat luas, jenis jamur tiram yang sering

dikonsumsi dan dibudidayakan oleh masyarakat adalah jamur tiram putih, karena memiliki tekstur daging yang lembut dan rasanya yang hampir menyerupai daging ayam, serta memiliki kandungan gizi yang tinggi dan terdapat asam amino esensial, lemak, protein, vitamin dan mineral. Jamur tiram memiliki karbohidrat yang sebanding dengan sayuran, kandungan protein nabati yang tinggi, jamur tiram sangat baik bagi tubuh karena rendah kolesterol dengan demikian jamur tiram merupakan pilihan yang tepat untuk dikonsumsi sebagai alternatif menu makanan sehat.

Cita rasa yang khas dari jamur tiram inilah yang membuatnya banyak digemari dan tentu sangat berdampak pada peluang ekonomi. Kebanyakan masyarakat mengonsumsi jamur tiram untuk dijadikan menu sayuran. Namun tak jarang jamur tiram putih banyak diolah menjadi nugget, jamur crispy, puding, permen jelly, kerupuk, keripik dan masih banyak lainnya.

Hal yang menarik dari produksi jamur tiram ini adalah aspek ekonominya yang menjamin. Siklus produksi jamur tiram berkisar antara 1-4 bulan, jamur tiram terus tumbuh sampai dengan usia 3 bulanan, sebelum *baglog* harus diganti dengan yang baru. Jamur tiram saat ini tidak hanya dipasarkan dalam keadaan segar saja, tetapi juga diolah menjadi beraneka ragam produk olahan jamur tiram jelas bahwa budidaya jamur tiram bukanlah usaha musiman saja. Jamur tiram putih memiliki penampilan yang menarik, rasa yang enak, tekstur yang lembut, dan cita rasa yang relatif netral sehingga mudah untuk dipadukan dengan berbagai makanan. Terlebih jamur tiram putih membudidayakannya relatif mudah dan tidak banyak mengeluarkan modal, kondisi inilah yang menjadikan peluang budidaya jamur tiram masih sangat terbuka lebar (Khatimah, 2021)

Undang-undang No. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan mengatur semua hal yang berhubungan dengan perdagangan baik offline maupun online. Undang-Undang tentang perdagangan memuat materi pokok sesuai dengan lingkup pengaturan yang meliputi perdagangan dalam negeri, perdagangan luar negeri, perdagangan melalui sistem elektronik, pemberdayaan koperasi serta usaha mikro kecil dan menengah, pengembangan ekspor, perdagangan perbatasan, kerja sama perdagangan internasional, perlindungan dan pengamanan perdagangan, sistem informasi perdagangan, tugas dan wewenang pemerintah dibidang perdagangan, komite perdagangan nasional, pengawasan, serta penyidikan terkait bisnis online, Undang-Undang perdagangan tepatnya pada pasal 65 mengatur mengenai data atau informasi yang disediakan bisnis online.

Kesuksesan suatu bisnis tergantung pada ide, peluang, dan pelaku bisnis. Pelaku bisnis harus mampu menciptakan ide-ide baru agar dapat memberikan nilai lebih kepada konsumen. Budidaya jamur tiram ialah salah satu industri pertanian yang dapat diterapkan di rumah, dimana jamur tiram merupakan salah satu jenis jamur yang dapat dikonsumsi sebagai makanan dengan nilai gizi dan protein tinggi, serta harganya yang cukup tinggi. Permintaan masyarakat terhadap jamur tiram yang terus meningkat tentu harus diimbangi dengan pembudidayaan yang berkembang dan berkelanjutan, karena akan semakin banyak permasalahan yang dihadapi untuk memenuhi kebutuhan produksi jamur tiram.

Jamur tiram (*pleurotus ostreatus*) adalah jamur pangan dari kelompok *basidiomycota* dan termasuk kelas *homobasidiomycetes* dengan ciri umum tubuh buah berwarna putih hingga krem dan tudungnya berbentuk setengah lingkaran mirip cangkang tiram dengan bagian tengah agak cekung. Teksturnya yang lembut, penampilan menarik, dan citarasanya yang relatif netral sehingga mudah untuk dipadukan dengan berbagai jenis masakan (Suarmawan, 2015)

Pembibitan jamur tiram perlu memperhatikan faktor-faktor yang berindikasi pada keberhasilan dalam menghasilkan bibit yang berkualitas, seperti tempat produksi yang memadai, ketersediaan air bersih, sarana dan prasarana produksi, perawatan bibit dari hama dan penyakit, serta cuaca yang stabil. Cuaca merupakan faktor yang sangat berpengaruh karena tidak dapat dikendalikan salah satu cara

dalam menghadapi permasalahan cuaca adalah dengan penerapan teknologi yang tepat sehingga permasalahan cuaca sedikit teratasi.

Produksi jamur tiram di Roemah Jamoer Ikram merupakan salah satu industri rumah tangga yang memiliki pelanggan cukup banyak. Produksi ini didirikan pada tahun 2016 beralamat di Desa Puringan Kecamatan Teluk Keramat. Meskipun berada ditengah persaingan yang semakin ketat, namun pelanggan Roemah Jamoer Ikram ini masih tetap stabil, hal ini dapat dilihat dengan kemampuannya yang tetap bertahan hingga saat ini. Dengan berkembangnya produksi jamur tiram tersebut juga terdapat berbagai masalah dalam mengembangkannya, sehingga hal ini berpengaruh terhadap pendapatan. Pemilik usaha mengungkapkan bahwa produksi jamur tiram ini hampir mengalami kebangkrutan pada tahun kedua, dimana jumlah penjualan mengalami penurunan sebanyak 77,8% (Ikram, 2022).

Penurunan tersebut dikarenakan kurangnya pasokan bibit jamur tiram sehingga pemilik tidak dapat memenuhi kebutuhan pasar. Kendati demikian, dalam kurun satu tahun pemilik telah dapat mengatasi permasalahan tersebut dan tetap menjaga kestabilan penjualan dengan menerapkan berbagai strategi dalam pemasaran. Dengan adanya strategi pemasaran, maka secara langsung akan berdampak pada tingkat volume penjualan.

Strategi pemasaran yang diterapkan di dalam Roemah Jamoer Ikram dalam meningkatkan volume penjualan yaitu dengan cara menggunakan promosi *online* seperti mengiklankan di media sosial seperti *whatsApp* dan *facebook* disertai dengan gambar yang menarik agar konsumen lebih tergiur untuk membelinya, penjualan melalui reseller, *endorse*, menciptakan produk baru, penjualan dari mulut ke mulut serta menjual di pasar pagi. Sejauh ini informasi tentang jamur tiram di Roemah Jamoer Ikram sudah dikenal oleh masyarakat luas bahkan penjualan olahan jamur tiram seperti jamur crispy sudah sampai keluar kota bahkan keluar negeri seperti Malaysia.

Adapun strategi pemasaran yang diterapkan di dalam Roemah Jamoer Ikram di tinjau dari perspektif ekonomi syariah yaitu dengan diterapkannya nilai-nilai syariah, dengan mementingkan etika, serta jujur terhadap kualitas dan persediaan barang yang ada, tidak berbohong kepada konsumen, menjual jamur segar yang tidak busuk, menjual olahan dari jamur tiram seperti jamur crispy yang di olah langsung oleh owner Roemah Jamoer Ikram dan sudah mendapatkan label halal dari LPPOM MUI.

Hal ini telah dijelaskan dalam hadits sebagai berikut:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَلِصَدِيقَيْنِ وَالشُّهَدَاءِ - رواه الترمذی

Terjemahan: "Dari Abi Sa'id, dari Nabi SAW bersabda: Pedagang yang jujur dan terpercaya bersama para Nabi, orang-orang yang jujur dan syuhada". (H.R Tirmidzi).

Pemasaran jamur crispy sangat membantu dalam meningkatkan volume penjualan karena jangkauan pemasarannya sudah cukup luas seperti di Cressa Mart, Dapur Kacak, Liber. Co, Coffe Lawas, Pusat oleh-oleh Singkawang, Pontianak, Gallery IWAPI, DEKRANASDA, Rumah BUMN, dan masih banyak lainnya, bahkan sampai keluar kota dan keluar negeri. Olahan jamur crispy juga sering mengikuti berbagai pameran guna mengenalkan produk ke masyarakat luas (Ikram, 2022)

Strategi pemasaran yang diterapkan di Roemah Jamoer Ikram sangat bagus, hal ini dilihat dari jangka waktu 3 tahun produksinya dapat terus bertambah dan berkembang sehingga dapat menciptakan produk baru seperti jamur crispy. Pemasaran jamur crispy sangat membantu dalam meningkatkan volume penjualan karena jangkauan pemasarannya sudah luas. Ditinjau dari perspektif ekonomi syariah penjualan di Roemah Jamoer Ikram sudah menerapkan nilai-nilai syariah, dengan mementingkan etika, serta jujur terhadap kualitas dan persediaan barang yang ada, menjual produk yang segar, tidak membohongi pelanggan dengan tidak menjual produk yang busuk, dan halal. Meskipun berada ditengah

persaingan yang semakin ketat, namun pelanggan Roemah Jamoer Ikram masih tetap stabil hal ini dapat dilihat dengan kemampuannya yang masih bisa bertahan hingga saat ini.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menjelaskan rencana dan prosedur pelaksanaan penelitian yang dilakukan peneliti untuk memperoleh jawaban yang sesuai dengan pertanyaan peneliti atau tujuan penelitian. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata dan gambar. Data yang terkumpul setelah dianalisis selanjutnya dideskripsikan sehingga mudah dipahami oleh orang lain (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini data yang digunakan adalah data yang berkaitan dengan strategi pemasaran jamur tiram. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *field research* atau penelitian lapangan. Dimana peneliti terjun langsung kelapangan untuk memperoleh data dari sumber pertama yaitu pemilik produksi jamur tiram di Roemah Jamoer Ikram. Lokasi penelitian yaitu di pengelola jamur tiram Di Roemah Jamoer Ikram Desa Puringan Kecamatan Teluk Keramat. Sumber data primer yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah berupa wawancara kepada pemilik produksi jamur tiram di Roemah Jamoer Ikram. Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dari buku-buku, internet, penelitian terdahulu, sumber-sumber tertulis yang berkaitan dengan strategi pemasaran jamur tiram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Roemah Jamoer Ikram

Strategi pemasaran merupakan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi dalam hubungan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Strategi pemasaran berperan penting untuk mencapai keberhasilan suatu usaha, maka dari itu strategi pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana dalam usahanya (Zevi, 2015)

Strategi pemasaran yang diterapkan di Roemah Jaomer Ikram dalam meningkatkan volume penjualan yaitu dengan cara menggunakan promosi online seperti mengiklankan di media sosial seperti WhatsApp dan Facebook disertai dengan gambar yang bagus dan menarik agar konsumen lebih tergiur untuk membelinya, melalui reseller, mengendorse, menciptakan produk baru seperti jamur crispy, penjualan dari mulut ke mulut, dan menjual di pasar pagi.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa bapak Ikram menggunakan sistem penjualan langsung atau dari mulut ke mulut, menjual di pasar pagi, bahkan dengan menggunakan promosi online cara ini dianggap mudah dan praktis karena tinggal memposting ke media sosial produknya cukup terkenal dan diketahui banyak orang (Ikram, 2022).

Disamping strategi pemasaran, segmentasi pasar juga diperlukan dalam meningkatkan penjualan. Bapak Ikram menjadi pemasok jamur tiram untuk beberapa restoran di Kalimantan Barat bahkan luar kota, menjadi produk yang dibutuhkan di *convenience store* (swalayan mini) seperti Cressa Mart, Dapur Kacak, Liber. Co, Coffe Lawas, Gallery IWAPI, Deknarsda, Rumah BUMN, Pusat oleh-oleh singkawang, Pontianak dan sebagainya. Lebih dari itu, produk Roemah Jamoer Ikram juga mengikuti ajang pameran makanan serta telah mencapai pasar luar negeri yang dijual dalam bentuk yang belum diolah yaitu jamur tiram dan juga produk olahan yaitu jamur crispy.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa proses pembuatan jamur crispy sangatlah mudah, selain proses pembuatannya yang mudah bahan-bahan yang di gunakan juga mudah ditemukan. Segmentasi

pemasaran jamur tiram yang telah mencakup penjualan ke luar kota bahkan keluar negeri sangat membantu dalam meningkatkan volume penjualan (Farina, 2024)

Berdasarkan hasil dari wawancara bahwa harga jual jamur tiram berbeda antara konsumen biasa dan reseller, untuk konsumen biasa dijual Rp. 35.000/kg dan untuk setengah kilonya dijual Rp. 20.000. Sedangkan untuk reseller harga jualnya yaitu Rp. 30.000/kg. Serta untuk harga jamur crispy yaitu Rp. 120.000/kg, dalam bentuk kemasan 70 gram dijual Rp.12.000/kemasan (Ikram, 2022).

Dengan harga yang mengikuti harga pasar dan terjangkau oleh masyarakat, membuat penjualan jamur tiram terus meningkat. Penjualan yang dicapai Bapak Ikram selaku produsen mencapai hingga 33,6% dari target pasar. Berikut penjualan jamur tiram Bapak Ikram selama 6 tahun terakhir beserta target penjualan.

Tabel 1.1
Jumlah Pendapatan di Roemah Jamoer Ikram Pertahun

No	Tahun	Nilai Penjualan	Target
1	2016	Rp. 90.000.000	Rp. 75.000.000
2	2017	Rp. 20.000.000	Rp. 35.000.000
3	2018	Rp. 70.000.000	Rp. 30.000.000
4	2019	Rp. 90.000.000	Rp. 20.000.000
5	2020	Rp. 96.000.000	Rp. 22.000.000
6	2021	Rp. 98.000.000	Rp. 53.000.000
Jumlah		Rp. 464.000.000	Rp. 235.000.000

Sumber: Wawancara dengan bapak Ikram selaku pemilik Roemah Jamoer Ikram

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pendapatan di Roemah Jamoer Ikram setiap tahunnya terus bertambah. Pada awal mula berdirinya produksi tersebut dapat berjalan dengan baik, meskipun ditahun ke 2 (Dua) hampir mengalami kebangkrutan akan tetapi ditahun ke 3 (Tiga) sudah mulai stabil bahkan meningkat hingga saat ini.¹ Cita rasa yang enak dari jamur crispy, penjualan yang meningkat tersebut juga diakomodasi oleh strategi pemasaran yang efektif.

Terlepas dari penjualan yang terus mengalami peningkatan, juga terdapat beberapa kendala juga harus dihadapi dalam membudidayakan dan memasarkan jamur tiram. Dalam memproduksi dan memasarkan jamur tiram terdapat kendala yang di hadapi oleh bapak ikram seperti bibit yang masih bergantung kepada orang lain dan kendala yang di hadapi saat memasarkan yaitu pada musim hujan sehingga membuat tampilan jamur tiram menjadi agak basah dan tidak tahan lama sehingga cepat busuk. Berdasarkan hasil dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa jamur tiram dan olahan jamur crispy sudah banyak di kenal masyarakat luas.

Dikenalnya produk dari Roemah Jamoer Ikram tersebut diwujudkan oleh strategi pemasaran yang diaplikasikan dalam penjualan jamur tiram dan jamur crispy. Strategi pemasaran yang efektif seperti produk dengan ciri dan cita rasa yang khas, harga jual bersaing, serta promosi di berbagai media sangat membantu dalam meningkatkan volume penjualan atas kuantitas minat konsumen terhadap produk Roemah Jamoer Ikram.

¹ Wawancara dengan Ikram, ... , 22 Maret 2022.

2. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Jamur Tiram di Roemah Jamoer Ikram

Strategi pemasaran syariah adalah suatu penerapan disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai-nilai syariah yang dijalankan berdasarkan konsep keislaman. Islam memaknai pemasaran sebagai dakwah karena pada dasarnya dakwah ialah mempromosikan atau menjual nilai islam yang kita yakini kebenarannya. Dalam memasarkan produknya bapak ikram menggunakan cara online dan secara langsung.

Berdasarkan hasil dari wawancara bahwa strategi yang dilakukan oleh bapak Ikram dalam memasarkan produknya yaitu dengan cara online dan secara langsung. Tetapi dengan cara penjualan online lebih banyak menambah volume penjualan hal itu disebabkan karena jangkauan pemasaran online lebih luas sehingga banyak diketahui oleh orang-orang. Dalam promosi online tetap mengutamakan kejujuran dan menjual produk jamur tiram yang sesuai serta tidak melebih-lebihkan dengan apa yang telah dia katakana dalam promosinya.

Produk jamur triam yang diproduksi sudah terjamin halal dan baik. Seiring berkembangnya pemasaran jamur crispy yang ternyata sudah mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM MUI. Berdasarkan hasil dari wawancara bahwa produk jamur tiram bahkan jamur crispy yang dikelola sudah terjamin halal dan baik serta sudah mempunyai sertifikat halal. Karena bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan jamur crispy terbuat dari bahan-bahan yang halal serta jamur tiram juga baik untuk kesehatan. Namun untuk mendapatkan sertifikat halal tersebut tidaklah mudah dan bukanlah dengan hal yang instan akan tetapi memerlukan waktu yang cukup panjang.

Jika ditinjau dari ekonomi syariah penerapan strategi pemasaran jamur tiram di Roemah Jamoer Ikram sudah menerapkan nilai-nilai syariah, dengan mementingkan etika, serta jujur terhadap kualitas dan persediaan barang yang ada.

Berdasarkan hasil wawancara disimpulkan bahwa strategi pemasaran islam yang diterapkan oleh pihak pengelola yaitu dengan mengutamakan etika yang baik kepada konsumen serta jujur terhadap kualitas dan persediaan barang. Dalam menentukan harga, dan ketika ada konsumen yang menawarkan bapak ikram akan tetap konsisten dengan harga yang telah ditetapkannya. Berdasarkan hasil dari wawancara diatas bahwa dalam menentukan harga yang ditawarkan melihat dari bahan serta tenaga yang di keluarkan. Juga konsisten terhadap harga yang ditetapkan, bapak ikram

B. PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini berdasarkan fokus masalah penelitian yang telah dirumuskan berdasarkan permasalahan yang muncul untuk menjawab fokus masalah peneliti yang telah dirumuskan tentunya berdasarkan faktor dilapangan dengan teori yang mendukung.

1. Strategi Pemasaran Jamur Tiram dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Roemah Jamoer Ikram

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan tentang biaya bauran pemasaran, pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Menurut tull dan Kahle strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan persaingan yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik budidaya jamur tiram Roemah Jamoer Ikram dapat dilihat pada pembahasan berikut ini:

Berdasarkan uraian data yang telah dipaparkan sebelumnya, maka strategi pemasaran jamur tiram di Roemah Jamoer Ikram dalam meningkatkan Volume Penjualan merupakan hal yang baru. Dalam

menganalisis strategi pemasaran terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu bagaimana memberikan daya tarik atau ciri khas dari promosi tersebut sehingga dapat dikatakan bahwa orang menjadi tertarik dengan media yang dimanfaatkan secara efisien.

Melihat dari berkembangnya zaman ada kolaborasi yang dilakukan oleh pemilik Roemah Jamoer dalam mempromosikan produknya melalui media sosial atau secara online yaitu dengan cara mengendorse dan menambah reseller sehingga akan memunculkan daya tarik yang lebih luas dan akan berdampak pada peningkatan volume penjualan jamur tiram di Roemah Jamoer Ikram. Selaras dengan pendapat para ahli strategi pemasaran terdiri dari 5P yaitu: *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), dan *People* (Orang).

Produk yaitu sesuatu yang dapat ditawarkan pada konsumen untuk diperhatikan, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk jamur tiram yang ada di Roemah Jamoer Ikram adalah jamur tiram segar yang berkualitas baik serta jamur crispy yang enak dan halal. Produk yang ditawarkan sangat terjaga kualitasnya, sehingga konsumen tidak ragu membelinya karena sesuai dengan apa yang diinginkan.

Harga yang ditawarkan oleh pemilik Roemah Jamoer sangat terjangkau jika dilihat dari segi manfaat dan citarasanya yang enak. Harga jual jamur tiram segar kepada konsumen biasa di jual dengan harga Rp. 35.000/kg, sedangkan harga jual untuk reseller Rp. 30.000/kg, dan untuk jamur crispy Rp. 120.000/kg. dengan harga yang sangat terjangkau memudahkan pembeli untuk menyesuaikan dengan keadaan ekonominya masing-masing, mengingat dengan cita rasanya yang enak dan sehat menjadikan konsumen tidak ragu dalam membelinya.

Berhubungan dengan lokasi yang strategis dan bagaimana penyampaian jasa kepada pelanggan. Roemah Jamoer Ikram memiliki letak geografis yang strategis dan sangat mudah dijangkau oleh konsumen ketika ingin membeli langsung di tempat. Selain beli langsung ditempat produksi Roemah Jamoer Ikram di Jl. Raya Tambangan Desa Puringa, Kec. Teluk Keramat, jamur tiram dan jamur crispy juga bisa di dapatkan di pasar pagi, Cressa Mart, Dapur Kacak, Liber. Co, Coffe Lawas, Gallery IWAPI, Deknarsda, Rumah BUMN, Pusat oleh-oleh singkawang, Pontianak dan masih banyak lainnya, bahkan sampai keluar kota dan luar Negeri (Malaysia)

Promosi adalah salah satu variabel dalam buran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Pemilik produksi jamur tiram di Roemah Jamoer Ikram sudah menggunakan cara promosi yang cukup kreatif seperti mempromosikan di media sosial ditambah lagi reseller dan dengan mengendorse orang, promosi yang digunakan sudah cukup bervariasi sehingga memudahkan untuk mengakses konsumen dimanapun dan kapanpun.

Pemilik Roemah Jamoer telah menjalin hubungan baik dengan konsumen, yaitu dengan menanggapi apapun masukan dari konsumen serta bersikap ramah dan sopan. Dengan menjalin hubungan yang baik kepada konsumen menjadikan produk kita semakin disukai, karena konsumen loyal merupakan aset penting yang bagi suatu usaha. Karena orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dapat mempengaruhi pembeli. Untuk bisa mewujudkan dalam jangka panjang tersebut harus disertai dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang baik agar mampu memberikan pelayanan yang terbaik dalam melayani konsumen.

Dalam memproduksi dan memasarkan jamur tiram terdapat berbagai kendala yang di hadapi oleh bapak Ikram yaitu :

- a. Bibit yang masih bergantung kepada orang lain (produsen bibit jamur timar di Kalimantan Barat hanya 1 orang dan jika menggunakan bibit dari pulau jawa pertumbuhan jamur tidak baik).

- b. Ketika Musim Panas, pertumbuhan jamur agak lambat dan jamur yang dihasilkan tidak seperti biasanya sehingga jumlah produksi menurun.
- c. kendala lain yang di hadapi oleh pengelola Roemah Jamoer Ikram adalah menjaga kualitas produk pada musim hujan. Hal ini dikarenakan pada musim hujan tampilan jamur tiram menjadi agak basah dan tidak tahan lama sehingga cepat busuk.
- d. Dalam segi pemasaran, produk jamur tiram dan jamur krispi belum dapat menjangkau toko retail Alfamart dan Indomaret karena masih terkendala di proses perijinan masuk toko retail.

Adapun solusi yang bisa di jalankan untuk mengatasi kendala tersebut adalah:

- 1) Menambah jumlah produsen bibit jamur tiram dengan memberdayakan anggota kelompok tani di sekitar tempat produksi Roemah Jamoer Ikram, karena kalau membuat bibit sendiri akan memerlukan waktu yang panjang untuk ke tahap pemanenan.
- 2) Menjaga kadar air sehingga tanaman jamur tiram tetap lembab dan tumbuh dengan baik
- 3) Menggunakan mesin pengering sehingga ketika panen, jamur tiram langsung bisa dikeringkan dan suhu optimal untuk kualitas jamur tetap terjaga
- 4) Untuk dapat cepat masuk ke toko retail seperti Alfamart dan Indomaret, sebaiknya pengelola Roemah Jamoer Ikram selalu mem follow-up pihak Alfamart dan Indomaret agar produk jamur tiram dan jamur krispi cepat masuk ke toko retail tersebut.

2. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Jamur Tiram di Roemah Jamoer

Pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penawaran, penciptaan, dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada pihaknya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip al-Qur'an dan hadis. Menurut Kertajaya, pemasaran syariah adalah strategi bisnis yang harus menaungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menawarkan, menciptakan, pertukaran nilai dari seorang produsen, perorangan atau satu perusahaan, yang sesuai dengan ajaran islam.

Persaingan yang sehat adalah persaingan yang akan membawa suatu perusahaan menjadi lebih baik. Nabi Muhammad SAW telah memberi contoh teladan untuk menjadi insan yang baik dalam berkomunikasi dan dalam berdagang di antaranya menerapkan sifat seperti *shiddiq* (benar atau jujur), *amanah* (terpercaya), *fathanah* (cerdas), *tabligh* (komunikatif), dan *istiqamah* (Konsisten).

Pemilik Roemah Jamoer memasarkan produknya secara online seperti mengiklankan di media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, melalui reseller, mengendorse, menciptakan produk baru seperti jamur crispy, penjualan dari mulut ke mulut, dan menjual di pasar pagi serta di took-toko retail. Beliau pun menerapkan strategi dengan sifat yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW yaitu sebagai beriku.

Kejujuran adalah sifat yang utama dan kunci utama dalam menjalankan perdagangan. Perdagangan yang berlandaskan atas dasar prinsip kejujuran yaitu yang di dasarkan dengan sistem nilai yang bersumber dari agama islam yang senantiasa melekat pada pelaksanaanya, maka usaha perdagangan yang terjadi maka akan mendatangkan keuntungan kepada semua pihak yang terlibat. Akan tetapi apabila perdagangan dilakukan dengan cara yang tidak jujur atau mengandung unsur penipuan (*gharar*), maka akan ada pihak yang dirugikan. Pemilik Roemah Jamoer dalam mempromosikan produk sudah menerapkan sifat *shiddiq* beliau menjual produk sesuai dengan apa yang telah di sampaikan melalui promosi onlinya, karena kejujuran adalah kunci utama dalam menginformasikan suatu produk atau dalam menjalankan suatu bisnis agar bisa memberikan kepercayaan kepada konsumen supaya tidak ragu untuk membeli produk yang ditawarkan.

Pemilik Roemah Jamoer memiliki sifat yang *amanah*, beliau sudah menerapkan sifat *amanah* hal itu dapat dilihat dari produk yang dijualnya apabila produk tersebut tidak layak jual maka beliau akan

mengatakan kepada konsumennya dan tidak akan menjualnya, serta tidak mengurangi takaran dan timbangan dari bahan-bahan dagangannya. Sifat *amanah* harus di miliki oleh setiap mukmin, amanah di tampilkan dalam keterbukaan serta kejujuran, dan berupaya menghasilkan yang terbaik dalam segala hal, apalagi seseorang yang memiliki pekerjaan terkait dengan pelayanan kepada masyarakat seperti Pemilik Roemah Jamoer.

Perpaduan antara pengetahuan dan hapalan, dalam artian harus kreatif dan harus bisa menginformasikan suatu produk kepada konsumen. Pemilik Roemah Jamoer cukup kreatif dan inovatif dalam menerapkan sifat *fathanah*, karena sudah menggunakan promosi online yang bertujuan agar memperluas jangkauan pemasaran dan mempermudah konsumen untuk berbelanja karena tinggal order atau pesan lewat chat saja produk tersebut sudah sampai kerumah tidak repot-repot lagi datang kelokasi apabila ingin membelinya.

Dalam menyampaikan informasi Pemilik Roemah Jamoer tidak berbohong tidak melebih-lebihkan atau mengada-ngada terhadap produk yang ditawarkan, beliau menyampaikan dengan benar kepada konsumen dan reseller tentang keadaan dan kualitas produk yang sedang terjadi di lokasi apabila cuaca panas makan pertumbuhan jamur tiram cenderung lambat sehingga menyebabkan berkurangnya persediaan.

Konsisten dalam menjalankan suatu kegiatan bisnis berarti seorang pemasar syariah dalam kegiatan pemasarannya selalu *istiqamah* dalam penerapan aturan syariah dan harus dapat di pegang janjinya, tidak di perkenankan berubah-ubah dalam memberikan janji. Pemilik Roemah Jamoer sudah menerapkan prinsip istiqamah dalam melakukan pemasarannya, beliau konsisten dalam menetapkan harga, kualitas produk yang dipasarkan dan juga konsisten saat meracik bumbu atau rempah di dalam komposisi pembuatan jamur crispy.

Setiap muslim meyakini bahwa Islam adalah salah satu agama yang membawa petunjuk kebaikan bagi umat manusia. Islam memberikan petunjuk kepada manusia dalam setiap kehidupannya termasuk dalam hal makanan, seorang muslim harus memakan makanan yang sehat dan halal.

Produk jamur tiram bahkan jamur crispy yang dikelola oleh Pemilik Roemah Jamoer sudah terjamin halal dan baik bahkan sudah mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM MUI. Karena bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan jamur crispy terbuat dari bahan-bahan yang baik dan halal, jamur tiram sangat baik bagi kesehatan tubuh karena rendah kolesterol, maka dari itu jamur tiram adalah pilihan yang tepat untuk dikonsumsi sebagai alternatif menu makanan sehat. Namun proses yang di lakukan bapak ikram untuk mendapatkan sertifikat halal tersebut tidaklah mudah dan bukanlah dengan hal yang instan akan tetapi memerlukan waktu yang cukup panjang tetapi hal tersebut tidak membuat Pemilik Roemah Jamoer menjadi patah semangat Pemilik Roemah Jamoer tetap terus berusaha dan berikhtiar.

Dalam menentukan harga, dan ketika ada konsumen yang menawar Pemilik Roemah Jamoer akan tetap konsisten dengan harga yang telah ditetapkan. Ketika ada konsumen yang menawar bapak ikram akan tetap konsisten dengan harga yang telah di tentukannya dan menjelaskan dengan sopan dan baik kepada konsumen tersebut. Tetapi untuk reseller dan konsumen dalam pembelian jumlah yang banyak Pemilik Roemah Jamoer bisa memberi harga miring atau potongan harga.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang strategi pemasaran jamur tiram dalam meningkatkan volume penjualan ditinjau dari perspektif ekonomi syariah (studi kasus di Roemah Jamoer Ikram desa puringan kecamatan teluk keramat), maka dapat disimpulkan bahwa:

Strategi pemasaran jamur tiram dalam meningkatkan volume penjualan di Roemah Jamoer Ikram yaitu dengan menggunakan sistem penjualan langsung atau dari mulut ke mulut, menjual di pasar pagi, serta menggunakan promosi online cara ini dianggap mudah dan praktis karena tinggal memposting ke media sosial produknya cukup dikenal dan diketahui banyak orang.

Tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi pemasaran jamur tiram di Roemah Jamoer Ikram sudah menerapkan nilai-nilai syariah, dengan mementingkan etika, serta jujur terhadap kualitas dan persediaan barang yang ada. Strategi yang dilakukan oleh bapak Ikram dalam memasarkan produknya yaitu dengan cara online dan secara langsung. Dalam promosi online bapak Ikram menjual produk jamur tiram yang benar-benar sesuai dengan kualitas serta tidak melebih-lebihkan dengan apa yang telah dia katakan dalam promosinya

DAFTAR PUSTAKA

- Aini Husnul, "Analisis Strategi Pemasaran Jamur Tiram di UD. Kenanga Kecamatan Ampenan Selatan Kota Mataram" Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Mataram Tahun 2019. (<https://repository.ummat.ac.id>), diakses tanggal 7 Oktober 2019.
- Anorga, Panji. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Riena Cipta.
- Al-qur'an Karim. (2014). *The Holy Qur'an*. Jakarta: Lautan Lestari.
- Handayani Isri, "Tinjauan Strategi Pemasaran Syariah Pada Penjualan Produk Inez Di Mini Market Khatulistiwa Bengkulu" Skripsi Pada Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Tahun 2020. (<https://repository.iainbengkulu.ac.id>), diakses tanggal 17 Februari 2020.
- Handayani Mira, "Strategi Promosi Penjualan dalam Meningkatkan Penjualan Toko Cahaya Terang Kota Palopo" Skripsi pada IAIN Palopo Tahun 2019. (<https://repository.iainpalopo.ac.id>), diakses tanggal 23 Juni 2019.
- Hartono, Hendry, Karyana Hutomo, Marshelia Mayangsari. (2012) "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian" dalam Jurnal BINUS BUSINESS REVIEW, No. 889 Vol.3: 112-136. diakses tanggal 2 November 2012.
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hayani, Nurahmi. (2012). *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*. Pekanbaru: Suska Press.
- Ikhlaash, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Kopi Bubuk Rantau Putera" Skripsi pada Universitas Andalas Padang Tahun 2012. (<https://repository.ar-raniry.ac.id>), diakses tanggal 5 Agustus 2012.
- Kartajaya dan Sula. (2006). *Marketing Syariah*. Bandung: Mizan.
- Kementrian Agama RI. (2010). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit di Ponegoro.
- Khatimah Khusnul, "Prospek Usaha Budidaya Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Desa Sialang Kubang Menurut Ekonomi Syariah" Skripsi pada UIN SUSKA RIAU Tahun 2020. (<https://repository.uin-suska.ac.id>), diakses tanggal 22 Maret 2020.
- Kotler dan Armstrong. (2021). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi VIII. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gray Armstrong. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kusumaningrum Desi, "Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk (Studi kasus pada toko batik benang raja semarang)" Skripsi pada Universitas Semarang Tahun 2020. (<https://repository.usm.ac.id>), diakses tanggal 25 Mei 2020.
- Leli, Maisarah. (2019) "Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam" dalam Jurnal At-Tasyri'iy, No. 1 Vol.2: 55. diakses tanggal 12 Juni 2021,
- Mirawati, "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Motor Suzuki Satria Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Makassar" Skripsi pada Universitas

- Muhammadiyah Makassar Tahun 2017. (<https://digilibadmin.unismuh.ac.id>), diakses tanggal 14 Februari 2017.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mubira, "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Dealer Yamaha Matramas Motor di Makassar" Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Makassar Tahun 2021. (<https://unismuh.ac.id>), diakses tanggal 2 Juni 2021.
- Muliana Parida, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Pada Mini Market Colour's Mart Pekan Baru" Skripsi Pada UIN SUSKA Riau Tahun 2012. (<https://repository.uin-suska.ac.id>), diakses tanggal 18 April 2012.
- Muzayyanah, "Strategi Pemasaran Usaha Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Pendapatan Kelompok Wanita Tani Jamur Berkembang Desa Banyumulek Kediri Lombok Barat" Skripsi pada Universitas Islam Negeri Mataram Tahun 2018. (<https://repository.unas.ac.id>), diakses tanggal 3 April 2018.
- Pakpahan, Efendi. (2007). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Rachmat Sunjoto, Arie. (2011) *Strategi Pemasaran Swalayan Pamella dalam Prespektif Islam*, dalam Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, No. 2 Vol.1: 54. diakses tanggal 10 Maret 2012,
- Rivai, Viethzal. (2012). *Islamic Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rukmana Laelani, "Analisis Strategi Pemasaran Usaha Jamur Tiram dalam Meningkatkan Omzet Penjualan" Skripsi pada UIN Mataram Tahun 2020. (<https://etheses.uinmataram.ac.id>), diakses tanggal 19 September 2020.
- Sari Yulia, "Analisis Strategi Pemasaran Kopi Aceh (Studi kasus Merek Dhapu Kupa)" Skripsi Pada UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2020. (<https://repository.ar-raniry.ac.id>), diakses pada tanggal 28 Mei 2020.
- Schiffan. (2005). *Volume Penjualan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Shobirin, (2015) Jual Beli Dalam Pandangan Islam dalam Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, No. 2 Vol.3: 102-131. diakses tanggal 7 Agustus 2016, (<https://journal.iainkudus.ac.id>).
- Sofyan, Rinato. (2003). *Bisnis Syariah Mengapa Tidak*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suarmawan, Kadek Agus. (2015) "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi Pada Usaha Kerajinan Ingka Di Desa Bulian, Kec. Kebutambahan)" dalam Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi, No. 1 Vol.5: 2. diakses tanggal 28 Januari 2016,
- Sugiono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sunandar Asep, "Budidaya Jamur Tiram Upaya Menyerap Tenaga Kerja dan Meningkatkan Kesejahteraan Pemuda Desa" Skripsi pada Universitas Negeri Malang Tahun 2021. (<https://repository.um.ac.id>), diakses tanggal 30 juli 2021.
- Suyoto. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, Yogyakarta: Andi.
- Toyyibah, Zuriatun, "Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Masyarakat Di Desa Puyung Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah" Skripsi pada Universitas Islam Negeri Mataram Tahun 2019. (<https://etheses.uinmataram.ac.id>), diakses tanggal 9 Februari 2019.
- Wawancara dengan Farina. Istri Pemilik Budidaya Roemah Jamoer Ikram. Tanggal 6 Agustus 2024 di Puringan.
- Wawancara dengan Ikram. Pemilik Budidaya Roemah Jamoer Ikram. Tanggal 28 Desember 2021 di Puringan