

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA JAMUR TIRAM DI  
GAPOKTAN (GABUNGAN KELOMPOK TANI) DI DESA GONDORIYO  
KELURAHAN NGALIYAN KOTA SEMARANG**

**SKRIPSI**

Disusun guna Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.I  
Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

**Ari Sofwatun Nikmah**  
**NIM: 122411064**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**  
**SEMARANG**

**2019**

H. Much Fauzi, SE., MM  
Dk. Genting Ds. Walangsngs Rt 04/01

Arif Efendi, SE., M. SE  
Poncoharjo Rt 03/02 Kec. Bonang Kab. Demak

---

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lapm : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Ari Sofwatun Nikmah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara;

Nama : Ari Sofwatun Nikmah

NIM : 122411064

Judul : Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram Di GAPOKTAN

(Gabungan Kelompok Tani) Di Desa Gondoriyo Kelurahan Ngaliyan

Semarang.

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan.

Demikian atas perhatiannya, harap menjadikan maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

*Wassalaamualaikum Wr. Wb.*

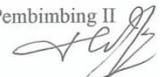
Semarang, Juni 2019

Pembimbing I



H. Mochammad Fauzi, SE., MM  
NIP. 197302172006041001

Pembimbing II



Arif Efendi, SE, MSc  
NIP. 198505262015031002



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp/ Fax (024) 7601291, 7624691  
Semarang Kode Pos 50185

#### PENGESAHAN

Skrirpsi Saudara : ARI SOFWATUN NIKMAH  
NIM : 122411064  
Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA  
JAMUR TIRAM DI GAPOKTAN (GABUNGAN  
KELOMPOK TANI) DI DESA GONDORIYO  
KELURAHAN NGALIYAN SEMARANG

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat baik pada tanggal 27 Juni 2019 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2018/2019.

Semarang, 27 Juni 2019

Ketua Sidang

**Muchis, Dr., M.Si**  
NIP. 196909082000031001

Sekretaris Sidang

**H. Mochamad Fauzi, SH., MM**  
NIP. 197302172006041001

Penguji Utama I

**Mohammad Nadzir, Shi, SEI**  
NIP. 197309232003121002

Penguji Utama II

**Hasyim Syarbani, Drs., MM., H**  
NIP. 195709131982031002

Pembimbing I

**H. Mochamad Fauzi, SH., MM**  
NIP. 197302172006041001

Pembimbing II

**Arif Efendi, SE, M.Sc**  
NIP. 198505262015031002

## MOTO

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَى عَالَمِ الْغَيْبِ  
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ (التوبة: 105)

Artinya: “Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang Telah kamu kerjakan” (QS at-Taubah: 105).\*

---

\*Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Depag RI, 2010, h. 277.

## **PERSEMBAHAN**

Dalam perjuangan mengarungi samudra Ilahi tanpa batas, dengan keringat dan air mata kupersembahkan karya tulis skripsi ini teruntuk orang-orang yang selalu hadir dan berharap keindahan-Nya. Kupersembahkan bagi mereka yang tetap setia berada di ruang dan waktu kehidupan ku khususnya buat:

- ❖ Bapak dan Ibuku (Bapak Kaswan dan Ibu Rantiasih) yang tercinta yang memberi motivasi dan semangat dalam hidupku. Ridlamu adalah semangat hidup ku
- ❖ Adikku tercinta (Isnaini Nur Khabibah) yang telah memberi semangat.
- ❖ Seluruh keluarga, semoga semuanya selalu berada dalam pelukan kasih sayang Allah SWT.
- ❖ Teman-temanku yang tak dapat kusebutkan satu persatu yang selalu bersama dalam canda dan tawa yang senasib seperjuangan.

**Penulis**

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam daftar kepustakaan yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 28 Mei 2019



Ari Sofwatun Nikmah  
NIM: 122411064

## ABSTRAK

Semua organisasi, baik yang berbentuk badan usaha swasta, badan yang bersifat publik ataupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan, tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri yang merupakan motivasi dari pendiriannya, demikian pula dengan bisnis budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang tentu saja memiliki tujuan, strategi pengembangan dan manajemen pemasaran dalam meningkatkan laba.. Sebagai rumusan masalah adalah bagaimana praktik pelaksanaan pengembangan usaha pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang? Bagaimana manajemen strategi pengembangan usaha pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang?

Penelitian ini merupakan jenis penelitian penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Data primer diperoleh dari hasil wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan informan yang memiliki kompetensi, antara lain: Ketua dan wakil ketua usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih, seksi pemasaran, sekretaris, anggota, tokoh masyarakat, warga Desa Gondoriyo, Petani Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Data sekunder adalah dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang masih berkaitan dengan permasalahan penelitian. Metode pengumpulan data dengan wawancara, telaah dokumen dan observasi. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan deskriptif analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pelaksanaan pengembangan usaha pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang sebagai berikut: dalam menjalankan pengembangan usaha pemasaran, Gapoktan Margo Asih membentuk wadah koperasi sendiri yang khusus menampung dan mendistribusikan komoditi, serta menjalin kerjasama dengan para pedagang di wilayah yang telah ditentukan. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh bina usaha usaha jamur tiram Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang ini dapat di analisis dari teori bauran pemasaran 4P yang terdiri atas produk, tempat, harga, dan promosi. Walaupun warga masyarakat Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan menerapkan teori dan konsep strategi bisnis pemasaran konvensional, namun ternyata menerapkan juga strategi bisnis pemasaran Islami yang terdiri dari *pertama*, karakteristik bisnis pemasaran yang Islami (Ketuhanan/*Rabbaniyyah*).; *kedua*, etika bisnis yang Islami (Etis/akhlak); *ketiga*, mencontoh praktik bisnis pemasaran Nabi Muhammad SAW (Realistis/*al-waqi'iyah*, dan Humanistis/*insaniyyah*).

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Jamur Tiram, Gapoktan Ngaliyan Kota Semarang

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang maha pengasih dan penyayang, bahwa atas taufiq dan hidayah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi yang berjudul: “**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA JAMUR TIRAM DI GAPOKTAN (GABUNGAN KELOMPOK TANI)DI DESA GONDORIYO KELURAHAN NGALIYAN SEMARANG**” ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) Fakultas Syari’ah Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Furqon, Lc.,M.A., selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan izin penelitian dengan rangka menyusun skripsi ini.
4. Bapak H. Muchammad Fauzi, SE, MM selaku pembimbing I dan Bapak Arif Efendi, SE, M.Sc. selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Para Dosen pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, beserta staf yang telah membekali berbagai pengetahuan
6. Orang tuaku yang senantiasa berdo’a serta memberikan restunya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah penulis berserah diri, dan semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya. Amin.

**Penulis**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN DEKLARASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
D. Tinjauan Pustaka .....	10
E. Metode Penelitian .....	14
F. Sistematika Penulisan .....	24
<b>BAB II : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA JAMUR TIRAM</b>	
A. Penyiapan Media Pembuatan Jamur Tiram.....	26
B. Cara Memanen Jamur Tiram.....	28
C. Pengertian Manajemen .....	30
D. Manajemen Islam .....	32
E. Strategi .....	34
F. Strategi dalam Islam .....	39
G. Strategi Pengembangan Usaha .....	42
H. Strategi Pengembangan Usaha dalam Islam .....	43
<b>BAB III : DESKRIPSI UMUM USAHA BUDIDAYA JAMUR TIRAM DI GAPOKTAN NGALIYAN SEMARANG</b>	
A. Gambaran Objek Penelitian .....	47

1. Kelurahan Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan .....	47
2. Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan .....	48
B. Modul Usaha Jamur Tiram .....	58
C. Praktik Pelaksanaan dan Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang .....	65
1. Praktik Pelaksanaan Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram di Kelurahan Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang .....	65
2. Manajemen Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram di Kelurahan Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang .....	67

**-BAB IV : ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA JAMUR  
TIRAM**

A. Penyiapan Media Pembuatan Jamur Tiram.....	69
B. Analisis Praktik Pelaksanaan Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram di Kelurahan Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang .....	72
C. Analisis Manajemen Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram di Kelurahan Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang .....	80

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	92
B. Saran-saran .....	93
C. Penutup .....	95

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan di lapangan ditemukan beberapa permasalahan utama yang saat ini dihadapi oleh petani jamur tiram di Gapoktan Ngaliyan Kota Semarang, diantaranya: kualitas sumber daya manusia, kurangnya produktivitas hasil panen, permodalan, penanganan pasca panen, perubahan iklim dan cuaca, bimbingan teknis dari stakeholder, dan kelembagaan kelompok tani.<sup>1</sup> Dari sejumlah masalah tersebut di atas ada yang lebih menarik untuk diteliti adalah mengenai strategi pengembangan usaha pemasarannya, karena merupakan salah satu bagian penting dari suatu bisnis.

Pemasaran merupakan satu kegiatan pokok yang harus dipahami dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk berkembang dan mendapatkan laba.<sup>2</sup> Manajemen pemasaran merupakan analisis, perencanaan, dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.<sup>3</sup>

Pemasaran sering diartikan dengan penjualan. Pengertian pemasaran sebenarnya lebih luas dari kegiatan penjualan. Bahkan sebaliknya, penjualan adalah sebagian dari kegiatan pemasaran. Pemasaran tidak hanya meliputi kegiatan menjual barang dan jasa saja, tetapi mencakup beberapa kegiatan lain yang cukup kompleks seperti riset mengenai perilaku konsumen, riset mengenai potensi pasar, kegiatan untuk mengembangkan produk baru, dan

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Bapak Purnomo (Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 26 April 2019 (Jam 9.00 WIB).

<sup>2</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Islam & Kewirausahaan*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, h. 341.

<sup>3</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian*, Jilid 1. Alih Bahasa: Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga, 2014, h. 20.

kegiatan mendistribusikan dan mempromosikan barang yang dijual.<sup>4</sup>

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah tetapi berhubungan dengan erat yakni: (1). Pasar target/sasaran, yaitu suatu kelompok konsumen yang homogen, yang merupakan "sasaran" perusahaan, (2). Bauran Pemasaran (*Marketing mix*), yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.<sup>5</sup> Kedua faktor ini berhubungan erat. Pasar sasaran merupakan suatu sasaran yang akan dituju, sedangkan bauran pemasaran merupakan alat untuk menuju sasaran tersebut. Strategi pemasaran mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran, diantaranya adalah strategi dalam persaingan, strategi produk, dan strategi "Daur Hidup Produk", dan sebagainya.<sup>6</sup>

Menurut Bygrave sebagaimana dikutip Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, strategi pemasaran adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi, tempat dan distribusi) dengan peluang pasar sasaran guna mencapai sasaran usaha. Dalam bahasa yang lebih sederhana, suatu strategi pemasaran pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dapat dicapai.<sup>7</sup>

Faktor lingkungan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan keadaan politik. Masing-masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau ancaman/hambatan bagi pemasaran produk suatu perusahaan. Faktor internal perusahaan yang dianalisis dalam penyusunnya

---

<sup>4</sup> Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, h. 263.

<sup>5</sup> Pandji Anoraga dan Janti Soegiastuti, *Pengantar Bisnis Moderen*, Jakarta: Pustaka Jaya, 2012, h. 137-138.

<sup>6</sup> *Ibid*

<sup>7</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani, 2002, h. 169.

strategi pemasaran adalah faktor yang terkait dengan pelaksanaan fungsi perusahaan, yang meliputi keuangan/pembelanjaan, pemasaran, produksi serta organisasi dan sumber daya manusia. Masing-masing faktor internal yang terkait dengan fungsi perusahaan tersebut dapat merupakan hal yang menunjukkan adanya keunggulan atau kelemahan perusahaan. Khusus dalam bidang pemasaran, faktor-faktor lingkungan atau eksternal seperti telah diuraikan di atas, adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan (*uncontrollable factors*). Sedangkan faktor internal dalam bidang pemasaran adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan umumnya dan pimpinan pemasaran khususnya (*controllable factors*), yang terdiri dari produk, harga, penyaluran/distribusi, promosi, dan pelayanan (*services*).<sup>8</sup>

Pemasaran Islami adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip al-Qur'an dan al-Hadis.<sup>9</sup> Menurut Kertajaya sebagaimana dikutip Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, bahwa secara umum pemasaran Islami adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.<sup>10</sup>

Pentingnya pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli.<sup>11</sup> Untuk mewujudkan manajemen strategi pengembangan usaha pemasaran yang sesuai dengan harapan, maka seluruh personil dan atau pengurus suatu organisasi atau perusahaan haruslah bekerja keras. Bekerja adalah segala aktivitas dinamis

---

<sup>8</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep & Strategi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004, h. 168-170.

<sup>9</sup> Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Islam: Menanamkan Nilai dan Praktis Bisnis Islam Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, h. 340.

<sup>10</sup> *Ibid.*, h. 343.

<sup>11</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, h. 201.

yang mempunyai tujuan untuk memenuhi kebutuhan tertentu (jasmani dan rohani), dan di dalam mencapai tujuannya tersebut dia berupaya dengan penuh kesungguhan untuk mewujudkan prestasi yang optimal sebagai bukti pengabdian dirinya kepada Allah SWT.

Kebahagiaan merupakan tujuan utama dalam kehidupan manusia. Manusia akan memperoleh kebahagiaan ketika seluruh kebutuhan dan keinginannya terpenuhi, baik dalam aspek material maupun spiritual, dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Terpenuhinya kebutuhan yang bersifat material, seperti sandang, rumah, dan kekayaan lainnya, dewasa ini lebih banyak mendapatkan perhatian dalam ilmu ekonomi. Terpenuhinya kebutuhan material inilah yang disebut dengan sejahtera. Dalam upaya mewujudkan kesejahteraan manusia menghadapi kendala pokok yaitu, kurangnya sumber daya yang bisa digunakan untuk mewujudkan kebutuhan tersebut.<sup>12</sup>

Suatu perusahaan yang ingin tumbuh dan berkembang selalu berupaya meningkatkan produktivitasnya. Bukan merupakan hal baru apabila dikatakan bahwa yang dimaksud sebagai produktivitas adalah terdapatnya korelasi terbalik antara masukan dan luaran. Artinya suatu sistem dapat dikatakan produktif apabila masukan yang diproses semakin sedikit untuk menghasilkan luaran yang besar.

Dalam Islam manusia diwajibkan untuk berusaha agar ia mendapatkan rezeki guna memenuhi kebutuhan hidupnya sebagaimana firman Allah dalam QS at-Taubah ayat 105 :

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ  
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ (التوبة: 105)

Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan

---

<sup>12</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018. h. 1.

yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang Telah kamu kerjakan (QS at-Taubah: 105).<sup>13</sup>

Rasulullah SAW bersabda:

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ: لِأَنَّ يَحْتَطِبَ أَحَدُكُمْ حُزْمَةً عَلَى ظَهْرِهِ خَيْرٌ لَهُ مِنْ أَنْ يَسْأَلَ أَحَدًا فَيُعْطِيَهُ أَوْ يَمْنَعَهُ.

Dari Abu Hurairah Radhiyallahu ‘anhu, ia berkata: Rasulullah bersabda: “Sesungguhnya, seorang dari kalian pergi mencari kayu bakar yang dipikul di atas pundaknya itu lebih baik daripada memintaminta kepada orang lain, baik diberi atau tidak”.<sup>14</sup>

Dalam hadits yang disebutkan di atas, menunjukkan bahwa bekerja merupakan perbuatan yang sangat mulia dalam ajaran Islam. Rasulullah SAW memberikan pelajaran menarik tentang pentingnya bekerja/usaha. Dalam Islam bekerja/berusaha bukan sekadar memenuhi kebutuhan perut, tapi juga untuk memelihara harga diri dan martabat kemanusiaan yang seharusnya dijunjung tinggi.

Usaha yang dilakukan dapat berupa tindakan-tindakan untuk memperoleh dan manfaat sumber-sumber daya yang memiliki nilai ekonomis guna memenuhi syarat-syarat minimal atau kebutuhan dasar agar dapat bertahan hidup individu dan masyarakat. Sumber daya tersebut ada yang harus dikembangkan atau dibudidayakan, sehingga memberikan daya guna lebih dan dapat di distribusikan ke lebih banyak konsumen, yang salah satunya adalah budidaya jamur tiram.

Usaha budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo, Ngaliyan dirintis semenjak pertengahan tahun 2011, memiliki luas lokasi 30 x 38 m<sup>2</sup> sedangkan luas kumbung (rumah jamur) 8 x 20 dapat menampung sebanyak 20.000 baglog. Meningkatnya konsumsi jamur akhir-akhir ini mengakibatkan terjadinya peningkatan volume permintaan, kondisi ini tentu dapat dijadikan peluang yang berharga khususnya bagi pengusaha jamur untuk meningkatkan pendapatan. Usaha jamur merupakan ladang bisnis yang menjanjikan, karena

<sup>13</sup> Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Surya Cipta Aksara, 2010, h. 277.

<sup>14</sup> Al-Imam Abul Husain Muslim ibn al-Hajjaj al-Qusyairi an-Naisaburi, *Sahîh Muslim*, Tijarah Kubra, Mesir, tth, (hadits nomor 1042).

manfaat jamur yang sangat banyak (sebagai pangan dan obat) sehingga banyak pemodal kecil dan besar yang tertarik untuk terjun ke usaha jamur. Kondisi ekonomi yang tak menentu, pemodal tetap melirik jamur sehingga beramai-ramai menanam jamur. Oleh karena itu, sentra jamur pun kian menjamur. Tak aneh lagi jika jamur dapat memberikan keuntungan yang cukup besar. Dalam skala kecil pun keuntungan yang didapatkan cukup besar, dengan alasan tersebut maka industri jamur pun kian meningkat.<sup>15</sup>

Dalam meningkatkan kapasitasnya membutuhkan tenaga kerja yang ahli dan betul-betul paham dalam proses budi daya jamur tiram di samping memakan waktu yang agak lama lebih kurang 30-40 hari, modal dan peralatan juga harus menunjang dalam membudi daya jamur tiram ini, di samping itu perusahaan juga harus jeli memasarkan produknya. Langkah selanjutnya apabila perusahaan telah memproduksi atau menghasilkan produk maka perusahaan tersebut berusaha bagaimana produk tersebut dapat dijual habis sehingga memperoleh keuntungan sesuai dengan yang diharapkan, agar kelangsungan hidup perusahaan dapat berkembang sebaik mungkin sesuai dengan tujuan yang diharapkan perusahaan, untuk itu perusahaan harus bisa memenuhi selera serta keinginan konsumen.<sup>16</sup>

Budidaya jamur tiram adalah salah satu usaha pertanian yang saat ini sangat prospektif karena beberapa faktor berikut.

1. Budidaya jamur tiram sangat menguntungkan dengan harga di pasaran yang tinggi.
2. Tidak memerlukan lahan pertanian yang luas.
3. Permintaan pasar jamur tiram masih tinggi.
4. Bahan-bahan yang diperlukan dapat diperoleh dengan mudah dan murah.
5. Jamur tiram merupakan pangan alternatif yang lezat, sehat, dan bergizi tinggi.

Budidaya jamur tiram dapat dikelola sebagai usaha sampingan

---

<sup>15</sup> Redaksi Trubus, *Pengalaman Pakar dan Praktis Budi Daya Jamur*, Jakarta : Penebar Swadaya, 2004, h. 22

<sup>16</sup> Zulkarnain, *Membangun Ekonomi Rakyat Prespektif Tentang Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, Yogyakarta: Adicita karya Nusa, 2003, h. 201

ataupun ekonomis skala kecil, menengah, dan besar (industri). Seiring dengan popularitas dan memasyarakatnya jamur tiram sebagai bahan makanan lezat dan bergizi, maka permintaan konsumen dan pasar jamur tiram di berbagai daerah meningkat.<sup>17</sup> Keunggulan lain dari jamur tiram adalah memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan mempunyai sifat adaptasi dengan lingkungan yang baik serta tingkat produksivitasnya yang cukup tinggi, sehingga diharapkan mampu meningkatkan pendapatan pembudi daya jamur tiram serta membantu program pemerintah dalam meningkatkan ekspor nonmigas.

Jamur tiram mempunyai banyak manfaat, nilai ekonomi tinggi, dan dapat dibudidayakan dengan teknologi sederhana. Untuk menjalankan usaha dengan baik, maka perlu diketahui teknik budidaya yang optimal, analisis usaha, dan efisiensi pemasaran. Informasi pembudidayaan jamur tiram ini diperlukan sebagai upaya untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat karena kesadaran masyarakat yang semakin berkembang akan pentingnya kesehatan. Suatu usaha harus mampu mengelola usaha secara tepat, mengingat masih terbukanya peluang pasar untuk jamur tiram dan perkembangan usaha saat ini yang mengalami kemajuan yang cukup pesat, namun tingkat persaingan cukup ketat, dan banyak bermunculan berbagai macam jenis usaha baru yang sejenis.

Berdasarkan uraian di atas, alasan utama peneliti memilih judul penelitian ini adalah karena semua organisasi, baik yang berbentuk badan usaha swasta, badan yang bersifat publik ataupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan, tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri yang merupakan motivasi dari pendiriannya,<sup>18</sup> demikian pula dengan bisnis budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang tentu saja memiliki tujuan, strategi pengembangan dan manajemen pemasaran dalam meningkatkan laba.

Latar belakang menariknya penelitian terhadap bisnis budidaya jamur tiram adalah karena berdasarkan hasil penelitian pendahuluan (pra penelitian)

---

<sup>17</sup> Tim Karya Tani Mandiri, *Pedoman Budidaya Jamur*, Bandung : Nuansa Aulia, 2010, h. 11-12

<sup>18</sup> Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Islam*, Jakarta: Alfabeta, 2005, h. 97.

diketahui dalam mengaplikasikan fungsi-fungsi manajemen strategi pengembangan usaha pemasaran bahwa walaupun warga masyarakat Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan menerapkan teori dan konsep strategi bisnis pemasaran konvensional, namun ternyata menerapkan juga strategi bisnis pemasaran Islami yang terdiri dari *pertama*, karakteristik bisnis pemasaran yang Islami (Ketuhanan/*Rabbaniyyah*); *kedua*, etika bisnis yang Islami (Etis/akhlak); *ketiga*, mencontoh praktik bisnis pemasaran Nabi Muhammad SAW (Realistis/*al-waqi'iyah*, dan Humanistis/*insaniyyah*).<sup>19</sup>

Pesatnya permintaan jamur tiram membuat mereka harus bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan pasar, sehingga keuntungan maksimal dapat mereka peroleh secepatnya dengan memanfaatkan peluang tersebut. Adalah tidak etis untuk memenuhi permintaan yang begitu besar dengan mengorbankan kualitas yang mestinya dijaga. Sudah sebagai sifat manusia bahwa apa yang dimiliki tidak pernah membawa kepuasan dan selalu saja merasa belum cukup. Itulah yang selama ini mempengaruhi kualitas produk yang ada di pasaran. Jika produk tersebut mempunyai pesaing, maka mereka berusaha menjadi lebih baik agar mampu bersaing dan mempunyai nilai yang positif di mata konsumen. Namun jika tidak punya pesaing, mereka cenderung seenaknya mengeluarkan produk tanpa memperdulikan keuntungan di sisi konsumen.

Berdasar hal tersebut di atas, penulis tertarik meneliti lebih jauh bagaimana strategi pengembangan usaha pemasaran budi daya jamur tiram ini dijalankan. Bagaimanapun juga segala usaha harus berdasar niat yang lurus dan cara yang dibenarkan. Dari sini penulis melihat usaha jamur tiram ini memiliki produk yang secara ekonomi adalah sangat menguntungkan. Mengacu pada paparan tersebut di atas, peneliti memilih judul: “Strategi Pengembangan Usaha Pemasaran Budidaya Jamur Tiram di Gapoktan Ngaliyan Kota Semarang”.

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Bapak Purnomo (Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 26 April 2019 (Jam 9.00 WIB).

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka yang menjadi perumusan Masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik pelaksanaan pengembangan usaha pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang?
2. Bagaimana manajemen strategi pengembangan usaha pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis praktik pelaksanaan pengembangan usaha pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis manajemen strategi pengembangan usaha pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang

### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari skripsi ini adalah sebagai berikut :

#### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih khusus dalam strategi pengembangan usaha budi daya jamur tiram agar sesuai dengan tuntunan ekonomi dan bisnis Islam sehingga penerapan strategi pemasaran Islam dalam kehidupan berbisnis bisa dipahami dan dilaksanakan.

#### **b. Manfaat Praktis**

- 1) Memberikan masukan bagi masyarakat Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan dalam memasarkan Budidaya Jamur Tiram.
- 2) Dapat dijadikan sebagai pedoman bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

#### D. Tinjauan Pustaka

Penelitian tentang budidaya jamur tiram telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, namun masih bersifat umum dengan pendekatan ekonomi manajemen secara umum, dan belum menggunakan pendekatan ekonomi manajemen Islam. Meskipun demikian, beberapa penelitian sebelumnya sangat mendukung penelitian ini. Penelitian yang dimaksud, antara lain:

Penelitian (Skripsi 2016)) Indira Gita Adelia dengan judul: “*Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih Bina Usaha Jamur Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor*”. Temuan penelitian sebagai berikut: kelompok Usaha Bina Usaha Jamur merupakan sebuah usaha budidaya jamur tiram yang berlokasi di Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor kunci internal dan eksternal usaha Bina Usaha Jamur, merumuskan alternatif strategi, dan memprioritaskan strategi yang dihasilkan. Responden penelitian ini berjumlah tiga orang yang berasal dari pihak internal dan eksternal usaha. Alat analisis yang digunakan adalah Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks SWOT, dan Matriks QSP. Matriks IFE dan EFE menunjukkan bahwa usaha memiliki kondisi internal rata-rata dan usaha ini memiliki posisi yang baik untuk merespon lingkungan eksternal. Enam alternatif strategi yang dihasilkan berdasarkan Matriks SWOT dan strategi prioritas utama yang dihasilkan melalui Matriks QSP yaitu meningkatkan kapasitas usaha.<sup>20</sup>

Penelitian Juwita Rahmawati (Skripsi 2017) dengan judul: “*Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram Putih (Kasus : Usaha Jamur Mandiri, Kabupaten Bogor)*”. Temuan penelitian sebagai berikut: salah satu komoditi pertanian Indonesia yang saat ini mengalami ketidakseimbangan antara permintaan dan penawarannya adalah jamur tiram

---

<sup>20</sup> Indira Gita Adelia, “*Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih Bina Usaha Jamur Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor*”, Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2016, h. 5, t.d.

putih. Tingginya permintaan akan jamur tidak diiringi oleh peningkatan produksi jamur dalam negeri. Kondisi ini memberikan peluang bagi para petani jamur tiram putih khususnya Usaha Jamur Mandiri untuk mengembangkan usahanya. Tujuan dari penelitian ini adalah 1). Menganalisis kelayakan pengembangan usaha budidaya jamur tiram putih pada Usaha Jamur Mandiri berdasarkan pada aspek finansial dan non finansial. 2). Menganalisis sensitivitas pengembangan usaha budidaya jamur tiram putih pada Usaha Jamur Mandiri terhadap inflasi. 3). Membandingkan dan menganalisis kelayakan usaha budidaya jamur tiram putih pada Usaha Jamur Mandiri pada kondisi tanpa proyek pengembangan dan dengan proyek pengembangan. Berdasarkan hasil analisis aspek pasar dan pemasaran, Usaha Jamur Mandiri layak untuk dijalankan dan dikembangkan, karena potensi pasar yang ada memberikan peluang bagi Usaha Jamur Mandiri untuk dapat mengembangkan usahanya. Berdasarkan hasil analisis aspek teknik dan teknologi Usaha Jamur Mandiri layak untuk dijalankan, karena lokasi, peralatan, ketersediaan tenaga kerja yang mendukung jalannya usaha. Berdasarkan analisis aspek manajemen, Usaha Jamur Mandiri layak untuk dijalankan dan dikembangkan, karena semua fungsi manajemen yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha seperti planning, organizing, actuating, dan controlling sudah dapat dijalankan dengan baik. Bentuk Usaha Jamur Mandiri adalah usaha perorangan dan belum memiliki ijin pendirian usaha, akan tetapi pemilik sudah merencanakan untuk membuat ijin pada usahanya. Berdasarkan analisis aspek lingkungan, Usaha Jamur Mandiri layak untuk dijalankan, karena tidak menghasilkan limbah yang berbahaya dan pengeloannya yang sudah baik.<sup>21</sup> Berdasarkan hasil analisis sensitivitas yang dilakukan dengan parameter inflasi dapat disimpulkan bahwa kondisi tanpa proyek pengembangan lebih peka terhadap perubahan tingkat inflasi dibandingkan dengan kondisi dengan proyek pengembangan.

Penelitian Adilla Anggiadinta (Skripsi 2015) dengan judul: “*Analisis*

---

<sup>21</sup> Juwita Rahmawati, “*Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram Putih (Kasus : Usaha Jamur Mandiri, Kabupaten Bogor)*”, Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2017, h. 3, t.d.

*Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih (Pleurotus Ostreatus) pada CV Wahyu Makmur Sejahtera Kabupaten Bogor Jawa Barat*”. Temuan penelitian sebagai berikut: berdasarkan hasil analisis EFE diperoleh total skor 3,192 dan analisis IFE diperoleh total skor 2,570. Total skor dari masing-masing matriks IFE dan EFE yang dimiliki oleh CV Wahyu Makmur Sejahtera yang dipetakan dalam matriks IE dan diperoleh posisi perusahaan pada usaha jamur tiram saat ini berada di kuadran II yang merupakan posisi “tumbuh dan kembangkan” (growth and build). Pada kondisi tersebut, strategi yang tepat digunakan adalah strategi intensif dan strategi integratif. Strategi integrasi mencakup integrasi ke belakang, integrasi kedepan dan integrasi horizontal. Dari strategi tersebut maka diperoleh strategi pada matriks SWOT, yaitu terdapat tujuh strategi diantaranya menjaga kualitas produk yang dihasilkan, meningkatkan volume penjualan jamur tiram putih, meningkatkan kapasitas produksi, meningkatkan promosi jamur tiram putih, memanfaatkan program pemerintah dan lembaga komoditi jamur untuk perolehan dana, menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan pemasok, pelanggan dan seluruh karyawan dan memperbaiki sistem manajemen perusahaan. Hasil analisis QSPM pada CV Wahyu Makmur Sejahtera menunjukkan strategi utama terbaik yang dipilih adalah memanfaatkan program pemerintah dan lembaga komoditi jamur untuk perolehan dana dengan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 7,565, kemudian yang kedua meningkatkan kapasitas produksi dengan total nilai daya tarik sebesar 7,541 kemudian yang ketiga volume penjualan jamur tiram putih dengan nilai total daya tarik (TAS) sebesar 7,521 serta yang keempat menjaga kualitas produk yang dihasilkan dengan total nilai daya tarik sebesar 7,091.<sup>22</sup>

Dalam jurnal penelitian Cicik Iriantinah berjudul: “*Strategi Pengembangan Komoditas Jamur Tiram Putih (Pleurotus florida) di Kabupaten Nganjuk*” dijelaskan bahwa jamur tiram putih (*Pleurotus florida*)

---

<sup>22</sup> Adilla Anggiadinta, “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih (Pleurotus Ostreatus) pada CV Wahyu Makmur Sejahtera Kabupaten Bogor Jawa Barat*”, Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2015, h. 3, t.d.

sangat populer saat ini, karena merupakan salah satu jamur kayu yang sangat enak dimakan serta mempunyai kandungan gizi yang cukup tinggi dibandingkan dengan jamur lain, sehingga jenis jamur ini mulai banyak dibudidayakan. Selain jamur ini mempunyai sifat adaptasi yang baik dengan lingkungan, juga memiliki tingkat produktivitas yang cukup tinggi.<sup>23</sup>

Dalam jurnal penelitian Arif Rahman Zikri, dkk., dengan judul: “*Analisis Usaha dan pemasaran jamur tiram putih (Pleurotus Ostreatus)*” dijelaskan bahwa jamur tiram ini memiliki manfaat kesehatan diantaranya, dapat mengurangi kolesterol dan jantung lemah serta beberapa penyakit lainnya. Jamur ini juga dipercaya mempunyai khasiat obat untuk berbagai penyakit seperti penyakit lever, diabetes, anemia. Selain itu jamur tiram juga dapat berkhasiat sebagai antitumor serta bertindak sebagai antioksidan, antiviral, antikanker antivirus (termasuk AIDS), antibakteri, dan dapat meningkatkan sistem imun. Di samping itu, jamur tiram juga dipercaya mampu membantu penurunan berat badan karena berserat tinggi dan membantu pencernaan.<sup>24</sup>

Dalam jurnal penelitian Budasih, dkk., dengan judul: “*Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali*” dijelaskan bahwa komoditas pertanian memiliki sifat mudah rusak dan pada umumnya dikonsumsi dalam keadaan segar, sehingga diperlukan perlakuan khusus dalam penanganan pasca panen seperti pengolahan menjadi produk-produk olahan yang lebih tahan lama. Jamur tiram merupakan salah satu komoditas pertanian yang populer dewasa ini karena semakin banyaknya orang yang mengetahui dan sadar akan pentingnya nilai gizi yang terkandung dalam jamur tiram dan memiliki berbagai manfaat. Fakta tersebut merupakan hal positif, baik bagi upaya diversifikasi sumber pangan alternative maupun peluang bisnis bagi petani

---

<sup>23</sup> Cicik Iriantimah, “Strategi Pengembangan Komoditas Jamur Tiram Putih (*Pleurotus florida*) di Kabupaten Nganjuk”, *Jurnal Manajemen Agribisnis*, Vol 14, No. 2, Juli 2014, h. 161.

<sup>24</sup> Arif Rahman Zikri, dkk., “Analisis Usaha dan pemasaran jamur tiram putih (*Pleurotus Ostreatus*)”, *Jurnal Jom Faperta* Vol 2 No 2 Oktober 2015, Universitas Riau, h. 2.

pembudidaya jamur tiram dan produsen pengolahan produk olahan jamur tiram.<sup>25</sup>

Dalam jurnal penelitian Ahmad Munzirin berjudul: “Strategi Pemasaran Perspektif Syariah (Jurnal Ekonomi Ideologis), dijelaskan, Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi seorang pedagang. Berdagang penting dalam Islam. Begitu pentingnya, hingga Allah *Subhanahu wa ta’ala* menunjuk Muhammad sebagai seorang pedagang sangat sukses sebelum beliau diangkat menjadi nabi. Ini menunjukkan Allah *Subhanahu wa ta’ala* mengajarkan dengan kejujuran yang dilakukan oleh Muhammad bin Abdullah saat beliau menjadi pedagang bahwa dagangannya tidak merugi, namun malah menjadikan beliau pengusaha sukses. Oleh karena itu, umat Islam (khususnya pedagang) hendaknya mencontoh beliau saat beliau berdagang.<sup>26</sup>

Dari telaah pustaka di atas, maka skripsi penulis ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Perbedaannya yaitu penelitian sebelumnya hanya menyoroti dari aspek ekonomi dan manajemen pemasaran konvensional, sedangkan penelitian saat ini menyoroti dari aspek strategi manajemen pemasaran Islam. Berdasarkan telaah di atas, penulis menyatakan bahwa karya ini bukan plagiasi dari karya-karya sebelumnya sebab penulis pada intinya meninjau kajian yang berbeda dan dari sudut pandang yang berbeda.

## E. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan kualitatif.<sup>27</sup> Menurut Bogdan dan Taylor: "*qualitative methodologies refer to research procedures which produce descriptive*

---

<sup>25</sup> Budasih, dkk., “Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali”, *Jurnal Manajemen Agribisnis*, ISSN: 2355-0759, Vol. 2, No. 2, Oktober 2014, Universitas Udayana, h. 115.

<sup>26</sup> Ahmad Munzirin, “Strategi Pemasaran Perspektif Syariah”, dalam *Jurnal Ekonomi Ideologis*, Vol. 3. No. 2. Maret 2009, h. 2-5.

<sup>27</sup> Ciri-ciri penelitian kualitatif, antara lain : (1). Berdasarkan keadaan alamiah, (2). Peneliti sebagai instrumen, (3). Bersifat deskriptif, (4). Lebih mementingkan proses daripada hasil, (5). Mengutamakan data langsung, (6). Data yang purposif, (7). Mengutamakan perspektif emic, (8). Menonjolkan rincian kontekstual, (9). Mengadakan analisis sejak awal penelitian. Lihat Kaelan, *Metode Penelitian Agama: Kualitatif Interdisipliner*, Yogyakarta: Paradigma, 2012, h. 10.

*data, people's own written or spoken words and observable behavior*" (metodologi kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati).<sup>28</sup> Menurut Mudjahirin Thohir data kualitatif adalah kumpulan informasi yang ciri-cirinya berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka-angka.<sup>29</sup> Perspektif Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Analisis ini akan digunakan dalam usaha mencari dan mengumpulkan data, menyusun, menggunakan serta menafsirkan data yang sudah ada.<sup>30</sup>

Berpijak pada pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang berisi narasi terhadap peristiwa sosial yang ada. Melalui penelitian ini semua akan dianalisis secara holistik guna menghasilkan penelitian yang komprehensif, sebagai pendekatannya adalah pendekatan normatif.

## 2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data penelitian ini yaitu bisnis budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Sumber data ini terbagi dalam jenis data primer, dan sekunder.

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung yang segera diperoleh dari sumber data oleh peneliti untuk tujuan yang khusus itu.<sup>31</sup> Data yang dimaksud yaitu hasil observasi dan wawancara mendalam (*in-*

---

<sup>28</sup>Robert Bogdan and Steven J. Taylor, *Introduction to Qualitative Research Methods*, New York, 1975, h. 4.

<sup>29</sup>Mudjahirin Thohir, *Metodologi Penelitian Sosial Budaya Berdasarkan Pendekatan Kualitatif*, Semarang: Fasindo Press, 2013, h. 125.

<sup>30</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014, h. 6.

<sup>31</sup>Winarno Surahmad, *Pengantar Penelitian-Penelitian Ilmiah, Dasar Metoda Teknik*, Edisi 7, Bandung: Tarsito, 2014, h. 134-163.

*depth interview*) dengan informan yang memiliki kompetensi, antara lain: Ketua dan wakil ketua usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih, seksi pemasaran, sekretaris, anggota, tokoh masyarakat, warga Desa Gondoriyo, Petani Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang.

b. Data Skunder

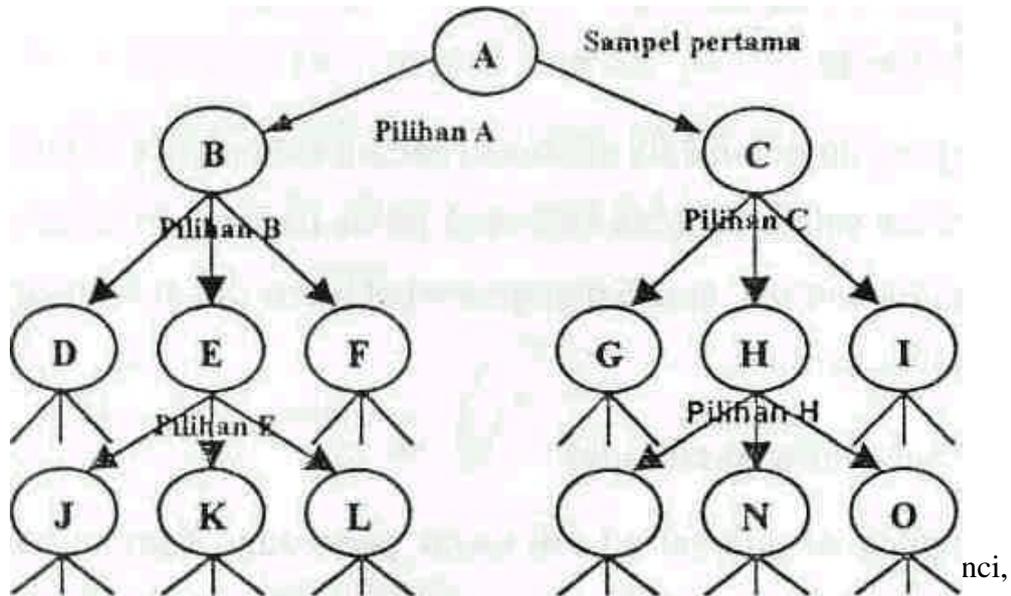
Data sekunder adalah data yang tidak didapatkan secara langsung oleh peneliti tetapi diperoleh dari orang atau pihak lain. Data yang dimaksud adalah dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang masih berkaitan dengan permasalahan penelitian. Penentuan informan kunci didasarkan pada:

- 1) Subyek cukup lama dan intensif menyatu dengan medan aktivitas yang menjadi sasaran penelitian.
- 2) Subyek yang masih aktif terlibat di lingkungan aktivitas yang menjadi sasaran penelitian.
- 3) Subyek masih mempunyai waktu untuk dimintai informasi oleh peneliti.
- 4) Subyek yang tidak mengemas informasi, tetapi relatif memberikan informasi yang sebenarnya melalui wawancara.

Sehubungan hal tersebut, sumber data dipilih secara *purposive sample* sesuai kebutuhan dengan memilih informan yang benar-benar menguasai informasi dan permasalahan secara mendalam serta dapat dipercaya sebagai sumber data yang obyektif dan mantap. Wawancara ini menggunakan *snowball sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu, kemudian dari orang ini menginformasikan orang kedua, dan orang kedua menginformasikan

pada orang ketiga. Begitu seterusnya, sehingga data itu dirasa sudah cukup karena informasi sama semua.<sup>32</sup>

**Gambar 1: Snowball Sampling**



karena itu dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human instrument*. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, peneliti adalah sebagai instrumen kunci, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan “makna” dari pada “generalisasi”. Sebagai instrumen penelitian adalah pedoman wawancara, pedoman observasi, dan dokumentasi.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian lapangan ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

#### a. Wawancara

Wawancara adalah dialog yang dilakukan tak berstruktur ataupun dengan wawancara terstruktur oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara.<sup>33</sup> Adapun yang menjadi obyek wawancara adalah Ketua dan wakil ketua usaha Jamur

<sup>32</sup> Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 73.

<sup>33</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2016, h. 127.

Tiram Gapoktan Margo Asih, seksi pemasaran, sekretaris, anggota, tokoh masyarakat, warga Desa Gondoriyo, Petani Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang

#### **b. Observasi**

Observasi merupakan salah satu metode utama dalam penelitian kualitatif. Secara umum observasi berarti pengamatan, penglihatan.<sup>34</sup> Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan yang bersifat terbuka, yaitu pengamatan yang diketahui oleh subjek penelitian. Subjek dengan sukarela memberikan kesempatan kepada pengamat untuk mengamati peristiwa yang terjadi, dan mereka sadar bahwa ada orang yang mengamati hal yang dilakukan oleh mereka. Peneliti menggunakan metode observasi non partisipan untuk mengetahui secara langsung yang terdapat di lapangan tentang praktik pelaksanaan pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang.

#### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, maupun melalui dokumentasi. Dalam melakukan dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, dokumen, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.<sup>35</sup> Dokumentasi ini sebagai cara untuk mengumpulkan data dari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan subjek penelitian. Dokumen ini biasanya berupa bahan tertulis meliputi semua unsur tulisan, gambar, karya, baik yang bersifat pribadi maupun kelembagaan, resmi maupun tidak, yang dapat memberikan data, informasi dan fakta mengenai suatu peristiwa yang diteliti. Karena itu, dokumen yang dimaksud sumber pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah yang terkait dengan rekaman kejadian, proses, setting sosial mengenai peristiwa yang diteliti. Dokumen yang diteliti adalah

---

<sup>34</sup> Imam Suparyogo, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung; Remaja Rosdakarya, 2001, h. 23

<sup>35</sup> *Ibid*, h. 135.

data tentang manajemen pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang.

Dokumentasi (*documentation*) dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi pengetahuan, fakta dan data. Dengan demikian maka dapat dikumpulkan data-data dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen, buku-buku, jurnal ilmiah, koran, majalah, *website* dan lain-lain.

#### 4. Uji Keabsahan Data

Menurut Moleong untuk menetapkan keabsahan (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), ketergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).<sup>36</sup> Sejalan dengan itu, menurut Sugiyono uji kredibilitas (*credibility*) data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member chek*.<sup>37</sup> Demikian pula menurut Moleong teknik pemeriksaan keabsahan data yang didasarkan atas kriteria derajat kepercayaan (*credibility*) meliputi perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensial, kajian kasus negatif, pengecekan anggota.<sup>38</sup>

Salah satu cara paling penting dan mudah dalam uji keabsahan hasil penelitian adalah dengan melakukan triangulasi sumber, metode, peneliti, dan teori.<sup>39</sup> Metode triangulasi paling umum dipakai dalam uji

---

<sup>36</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi...*, h. 324.

<sup>37</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014, h. 121.

<sup>38</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007, h. 327.

<sup>39</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta, Kencana, 2017, h. 256.

validitas dalam penelitian kualitatif.<sup>40</sup> Menurut Moleong triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.<sup>41</sup> Menurut Danim triangulasi adalah aplikasi studi yang menggunakan multi metode untuk menelaah fenomena yang sama.<sup>42</sup> Menurut Sugiyono dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.<sup>43</sup>

Jadi triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain bahwa dengan triangulasi, peneliti dapat *me-recheck* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Untuk itu maka peneliti dapat melakukannya dengan jalan: mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan, mengeceknya dengan berbagai sumber data, memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.<sup>44</sup>

Triangulasi dengan "sumber" berarti membandingkan dan mengecek balik kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Hal ini dapat dicapai dengan jalan: (a) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (b)

---

<sup>40</sup> Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011, h. 187.

<sup>41</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi...*, h. 330.

<sup>42</sup> Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012, h. 37.

<sup>43</sup> Sugiyono, *Memahami...*, h. 83.

<sup>44</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi...*, h. 330.

membandingkan apa yang dikatakan orang lain di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi; (d) membandingkan keadaan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah dan tinggi, orang yang berada dan orang pemerintahan; (e) membandingkan hasil wawancara dengan suatu dokumen yang berkaitan.

Pada triangulasi dengan "metode", terdapat dua strategi, yaitu: (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Teknik triangulasi jenis ketiga ialah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemencengan dalam pengumpulan data. Pada dasarnya penggunaan suatu tim penelitian dapat direalisasikan dilihat dari segi teknik ini. Cara lain ialah membandingkan hasil pekerjaan seorang analisis dengan analisis lainnya.

Triangulasi dengan "teori", menurut Lincoln dan Guba, berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Di pihak lain, Patton berpendapat lain, yaitu bahwa hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dinamakannya penjelasan banding (*rival explanations*).

Dalam hal ini, jika analisis telah menguraikan pola, hubungan, dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis, maka penting sekali untuk mencari tema atau penjelasan pembanding atau penyaing. Hal itu dapat dilakukan secara induktif atau secara logika. Secara induktif dilakukan dengan menyertakan usaha pencarian cara lainnya untuk mengorganisasikan data yang barangkali mengarahkan pada upaya penemuan penelitian lainnya. Secara logika dilakukan dengan jalan memikirkan kemungkinan logis lainnya dan kemudian melihat apakah kemungkinan-kemungkinan itu dapat ditunjang oleh data. Jika peneliti

membandingkan hipotesis pembanding dengan penjelasan pembanding, bukan berarti ia menguji atau meniadakan alternatif itu. Justru peneliti mencari data yang menunjang alternatif penjelasan itu. Jika peneliti gagal menemukan "bukti" yang cukup kuat terhadap penjelasan alternatif dan justru membantu peneliti dalam menjelaskan derajat kepercayaan atau hipotesis asli, hal ini merupakan penjelasan "utama" peneliti. Melaporkan hasil penelitian disertai penjelasan sebagaimana yang dikemukakan tadi jelas akan meningkatkan derajat kepercayaan data yang diperoleh.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber karena triangulasi sumber merupakan teknik triangulasi yang paling banyak digunakan, mudah diterapkan, praktis dan simpel.<sup>45</sup>

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah deskriptif analisis melalui penyajian data secara kualitatif, yaitu suatu pola untuk menggambarkan data yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.<sup>46</sup>

Setelah data-data ini terkumpul, penyusun menganalisis data dengan menggunakan metode analisis kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari subjek tersebut.

Atas dasar itu penelitian ini dilakukan berdasarkan analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Analisis tersebut terdiri dari tiga komponen analisis yang saling berinteraksi, yaitu: reduksi data, display data dan pengambilan keputusan dan verifikasi.<sup>47</sup> Apabila

---

<sup>45</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi...*, h. 330.

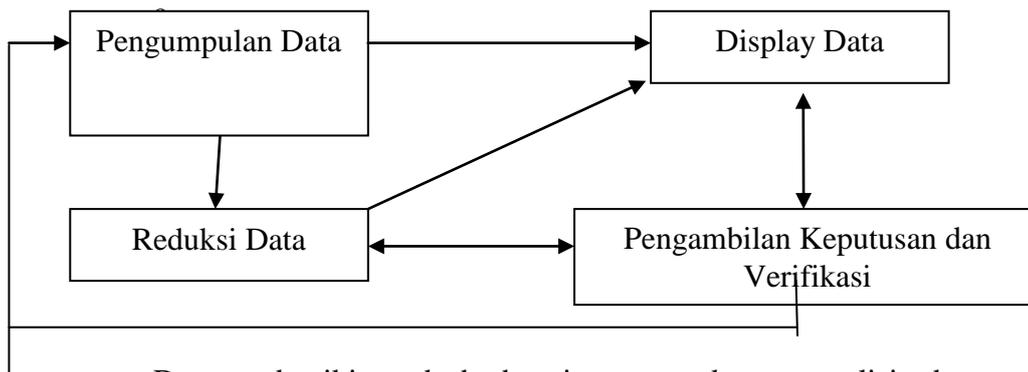
<sup>46</sup> *Ibid.*, 3.

<sup>47</sup> Menurut Noeng Muhadjir bahwa Miles dan Huberman membantu para peneliti kualitatif positivistic dengan model-model penyajian data yang analog dengan model-model penyajian data penelitian kuantitatif statistik, dengan menggunakan tabel, grafik, matriks, dan semacamnya; bukan diisi dengan angka-angka, melainkan dengan kata atau *phrase* verbal. Lihat Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rake Sarasin, 2012, h. 47. Berbeda dengan Noeng Muhadjir, Burhan Bungin mengkritik pedas Miles dan Huberman, juga mengkritik Moleong yang menganggap terlalu dipengaruhi Miles dan Huberman. Lihat lebih dalam lagi dalam Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta, Kencana, 2017, h. 149

kesimpulan dirasa kurang mantap, maka peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data dan seterusnya sampai diperoleh data yang betul-betul mantap, sehingga merupakan suatu siklus.

Siklus analisis data dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2: Tahap-tahap Analisis Data<sup>48</sup>**



Dengan demikian ada berbagai cara untuk menganalisis data, tetapi secara garis besarnya dengan langkah-langkah sebagai berikut: (a) reduksi data, (b) display data (c) pengambilan kesimpulan dan verifikasi.<sup>49</sup>

### 1. Reduksi Data

Jika dalam penelitian kualitatif terdapat data yang bersifat kuantitatif yaitu dalam bentuk angka-angka, maka sebaiknya angka-angka itu jangan dipisahkan dari kata-katanya secara kontekstual, sehingga tidak mengurangi maknanya. Data yang didapat di lapangan langsung diketik atau ditulis dengan rapi, terinci serta sistematis setiap selesai mengumpulkan data. Data-data yang terkumpul semakin bertambah biasanya mencapai ratusan bahkan ribuan lembar. Oleh sebab itu laporan itu harus dianalisis sejak dimulainya penelitian. Laporan-laporan itu perlu direduksi, yaitu dengan memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian, kemudian dicari temanya. Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan

<sup>48</sup>Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Alih Bahasa Hammad Shodiq dan Imam Muttaqien, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014, h. 14. Matthew B. Miles dan A. Michael Haberman, *Analisis Data Kualitatif*, Terj. Tjetjep Rohendi Rohidi, Jakarta: UI Press, 2010, h. 18.

<sup>49</sup>Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara, 2016, h. 86

mempermudah peneliti untuk mencarinya jika sewaktu-waktu diperlukan. Reduksi dapat pula membantu dalam memberikan kode-kode pada aspek-aspek tertentu.

## 2. Display Data

Data yang semakin bertumpuk-tumpuk itu kurang dapat memberikan gambaran secara menyeluruh. Oleh sebab itu diperlukan display data. Display data ialah menyajikan data dalam bentuk matrik, network, chart, atau grafik, dan sebagainya. Dengan demikian, peneliti dapat menguasai data dan tidak terbenam dengan setumpuk data.

## 3. Pengambilan Keputusan dan Verifikasi

Sejak semula peneliti berusaha mencari makna dari data yang diperolehnya. Untuk maksud itu, peneliti akan berusaha mencari pola, model, tema, hubungan, persamaan, hal-hal yang sering muncul, hipotesis, dan sebagainya. Jadi dari data yang didapatnya itu peneliti mencoba mengambil kesimpulan. Mula-mula kesimpulan itu kabur, tetapi lama-kelamaan semakin jelas karena data yang diperoleh semakin banyak dan mendukung. Verifikasi dapat dilakukan dengan singkat yaitu dengan cara mengumpulkan data baru.

## **F. Sistematika Penulisan**

Skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab. Tiap-tiap bab terdiri dari sub bab dengan maksud untuk mempermudah pembaca dalam mengetahui hal-hal yang dibahas dalam skripsi ini, yang disusun secara sistematis sebagai berikut:

Bab I Berisi Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II Membahas tentang Strategi Pengembangan Usaha Pemasaran Budidaya Jamur Tiram yang meliputi: Pengertian Strategi, Pemasaran dalam Islam, Strategi Pemasaran dalam Islam, Budidaya Jamur Tiram

Bab III Berisi deskripsi Umum Usaha Pemasaran Budidaya Jamur Tiram di Gapoktan Ngaliyan Semarang yang meliputi: Gambaran Objek Penelitian (Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan, Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan. Produk dan Pasar (Struktur Organisasi, Aspek Produksi, Aspek Distribusi, Aspek Pemasaran). Praktik Pelaksanaan dan Strategi Pengembangan Usaha Pemasaran Budidaya Jamur Tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang.

Bab IV Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pemasaran Jamur Tiram yang meliputi: Analisis Praktik Pelaksanaan Pengembangan Usaha Pemasaran Budidaya Jamur Tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang, Analisis Manajemen Strategi Pengembangan Usaha Pemasaran Budidaya Jamur Tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang

Bab V merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian dan saran-saran. Pada bagian akhir dilengkapi daftar pustaka dan lampiran-lampiran penting lainnya.

## BAB II

### STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMASARAN BUDIDAYA JAMUR TIRAM

#### A. Penyiapan Media Pembuatan Jamur Tiram

Praktik pembuatan media tanam jamur tiram putih dengan menggunakan bahan dasar serbuk gergaji. Dalam penyediaan bibit jamur, penyediaan media tanam dan sterilisasi memerlukan sarana prasarana yang banyak macamnya seperti alat sterilisasi yang dapat berupa ruang jika bahan media yang akan disterilkan banyak, seperangkat alat inokulasi seperti ruang isolasi, pinset, alkohol, lampu spiritus, alat pengepres. Karena terkendala oleh ruang dan fasilitas yang belum ada, maka pengadaan polybag yang sudah diisi bibit dapat difasilitasi oleh mitra, yaitu ST. Agro Merapi dengan harga Rp 1.400,- per polybag.

Namun demikian, para peserta tetap diberikan pengalaman praktek pembuatan media, pengepresan, sterilisasi dan pengisian bibit hingga inkubasinya. Media yang sudah diisi bibit diinkubasi pada ruang inkubasi sampai miselium tumbuh penuh berwarna putih, memenuhi *polybag*. *Polybag* yang sudah dipenuhi miselium selanjutnya dibuka tutupnya untuk memberikan waktu tumbuhnya badan buah dan perkembangan miselium jamur yang telah telah memenuhi *polybag* dan indikasinya berwarna putih. Panen jamur tiram basah selama 5 minggu (35 hari) meningkat secara bertahap. Dari 2000 polybag baru 1500 polybag yang sudah dapat dipanen. Dari 1500 *polybag*, secara akumulatif menghasilkan 168 kilogram jamur tiram basah.<sup>50</sup>

Budidaya jamur tiram bertujuan untuk menghasilkan jamur tiram lebih banyak dengan cara dikembangkan secara alami dengan media tanam. Hukum jamur tiram asalnya adalah halal. Halal disini maksudnya halal secara syari'at untuk dikonsumsi, dan tidak terlepas darimana asal memperolehnya juga halal.

---

<sup>50</sup> Siti Umniyatie dkk," Budidaya Jamur Tiram (*Pleuretus.sp*) Sebagai Alternatif Usaha bagi Masyarakat Korban erupsi merapi di dusun pandan, wukirsari, Cangkringan, sleman diy" *Inotek*, Volume 17, Nomor 2, Agustus 2013, h. 166

Namun syari'at akan membenarkan halal selama cara-cara memperolehnya juga halal.

Jamur tiram putih (*Pleurotus florida*) sangat populer saat ini, karena merupakan salah satu jamur kayu yang sangat enak dimakan serta mempunyai kandungan gizi yang cukup tinggi dibandingkan dengan jamur lain, sehingga jenis jamur ini mulai banyak dibudidayakan. Selain jamur ini mempunyai sifat adaptasi yang baik dengan lingkungan, juga memiliki tingkat produktivitas yang cukup tinggi.<sup>51</sup> Jamur tiram ini memiliki manfaat kesehatan diantaranya, dapat mengurangi kolesterol dan jantung lemah serta beberapa penyakit lainnya. Jamur ini juga dipercaya mempunyai khasiat obat untuk berbagai penyakit seperti penyakit lever, diabetes, anemia. Selain itu jamur tiram juga dapat berkhasiat sebagai antitumor serta bertindak sebagai antioksidan, antiviral, antikanker antivirus (termasuk AIDS), antibakteri, dan dapat meningkatkan sistem imun. Di samping itu, jamur tiram juga dipercaya mampu membantu penurunan berat badan karena berserat tinggi dan membantu pencernaan.<sup>52</sup>

Komoditas pertanian memiliki sifat mudah rusak dan pada umumnya dikonsumsi dalam keadaan segar, sehingga diperlukan perlakuan khusus dalam penanganan pasca panen seperti pengolahan menjadi produk-produk olahan yang lebih tahan lama. Jamur tiram merupakan salah satu komoditas pertanian yang populer dewasa ini karena semakin banyaknya orang yang mengetahui dan sadar akan pentingnya nilai gizi yang terkandung dalam jamur tiram dan memiliki berbagai manfaat.<sup>53</sup> Fakta tersebut merupakan hal positif, baik bagi upaya diversifikasi sumber pangan alternative maupun peluang bisnis bagi

---

<sup>51</sup> Cicik Iriantimah, "Strategi Pengembangan Komoditas Jamur Tiram Putih (*Pleurotus florida*) di Kabupaten Nganjuk", *Jurnal Manajemen Agribisnis*, Vol 14, No. 2, Juli 2014, h. 161.

<sup>52</sup> Arif Rahman Zikri, *et.all.* "Analisis Usaha dan pemasaran jamur tiram putih (*Pleurotus Ostreatus*)", *Jurnal Jom Faperta* Vol 2 No 2 Oktober 2015, Universitas Riau, h. 2.

<sup>53</sup> Budasih, *et.all.* "Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali", *Jurnal Manajemen Agribisnis*, ISSN: 2355-0759, Vol. 2, No. 2, Oktober 2014, Universitas Udayana, h. 115.

petani pembudidaya jamur tiram dan produsen pengolahan produk olahan jamur tiram.

Dalam ekonomi Islam segala sesuatu yang dilakukan harus halalan *toyyiban*, yaitu benar secara hukum Islam dan baik dari perspektif nilai dan moralitas Islam. Meninggalkan yang haram adalah mutlak kewajibannya dan sebaliknya melaksanakan yang halal adalah mutlak kewajibannya. Haram dalam hal ini bisa terkait dengan zat ataupun prosesnya. Dalam hal zat, Islam melarang mengonsumsi, memproduksi, mendistribusikan, dan seluruh mata rantainya terhadap komoditas haram. Dalam hal proses, Islam mengharamkan setiap bentuk transaksi karena ketidakadilan (*menzalimi* atau *dizalimi*), seperti perjudian, perampasan, riba dan *gharar*. Kedua, transaksi yang melanggar prinsip saling ridha, seperti *tadlis*, yaitu menyembunyikan informasi yang relevan kepada pihak lawan transaksi. Ketiga, perbuatan yang merusak harkat manusia atau alam semesta, seperti prostitusi, minum yang memabukkan dan sebagainya.

Tujuan secara ekonomi membudidayakan jamur tiram adalah untuk menjual sebanyak mungkin jamur tiram yang diperoleh dengan cara mengembangkannya secara alami, sehingga akan menghasilkan untung dari hasil penjualan tersebut. Dari sini dapat disimpulkan, apabila suatu zat itu halal, maka untuk menjadikannya itu suatu bisnis adalah halal dengan syarat cara-cara mengembangkannya dan memasarkannya juga mesti halal tanpa dicampur dengan suatu yang haram.<sup>54</sup>

## B. Cara Memanen Jamur Tiram

Proses memanen jamur tiram adalah bagian yang penting dalam budidaya jamur, karena memang prosesnya berbeda dengan memanen tumbuhan lain, jika salah dalam tata cara memanen maka akan berakibat fatal pada pertumbuhan jamur tiram berikutnya.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup>Arifinal Chaniago, "Membuat Media Jamur Tiram", <https://jamur.com/2012/02/membuat-media-tanam-jamur-tiram.html>, diakses 4 juli 2019.

<sup>55</sup>Ahmad Basari, "Cara Menanam Jamur Tiram Putih", <http://jamurtiramjawabarat.com/memanen-jamur-tiram-vang-benar/>, diakses 4 juli 2019

Alat-alat panen jamur tiram hendaknya dipersiapkan jauh hari sebelum melakukan budidaya jamur tiram, agar ketika saat panen tiba kita tidak kesulitan, Karena jamur tiram bisa di katakan hanya butuh waktu singkat semenjak di budidayakan sampai tiba saatnya proses panen pertama. Dalam memanen jamur tiram di perlukan alat-alat sebagai berikut:

1. Pisau cutter atau pisau lainnya yang tajam
2. Keranjang untuk tempat mengumpulkan hasil panen keranjang apapun dapat dipakai asalakan dapat menampung hasil panen
3. Timbangan sangat diperlukan dalam hal ini berguna untuk menghitung jumlah hasil panen sebelum jamur tiram dikemas
4. Plastik PE untuk mengemas hasil panen yang akan dipasarkan dengan ukuran bebas, sesuai dengan keinginan petani

Pada budidaya jamur tiram terdapat perbedaan yang signifikan sekali di dalam pertumbuhannya, tidak seperti pada budidaya tanaman lain pada umumnya, usia jamur tiram boleh dikatakan sangat singkat jika dibandingkan dengan jamur yang lain dan juga tanaman lain pada umumnya, sehingga sangat berpengaruh terhadap aktivitas pemanenan, ketika pinhead atau bakal jamur mulai keluar muncul hanya memerlukan 5 sampai dengan 7 hari saja, dan pada waktu tersebut jamur sudah tumbuh maksimal dan harus segera dipanen, apabila telat 4 sampai 8 jam saja maka warna jamur akan berubah menjadi agak berwarna kuning, tidak putih bersih lagi, dan hal ini menunjukkan kualitas jamur yang buruk dan tentu ini sangat berpengaruh terhadap harga jual jamur tiram tersebut.

Langkah-langkah cara memanen jamur tiram:

1. Sayat jamur di pangkal batangnya sehingga terbawa dengan akarnya
2. lalu bersihkan kotoran berupa bahan media tanam jamur yang biasanya menempel pada akar jamur
3. Lakukan proses pembersihan jamur yang sudah dipanen tersebut di areal lain, jangan sekali-kali melakukannya di dalam kumbung atau ruang budidaya, karena jika terjadi pembusukan pada sisa2 jamur ini bisa

menyebabkan timbulnya hama ulat, dan tentu dapat menghambat tumbuh jamur tiram generasi berikutnya

4. Lalu setelah jamur selesai dari semua proses termasuk pembersihan tadi, maka jamur siap untuk dikemas dan dipasarkan
5. Dalam mengemas jamur tiram juga harus hati-hati, susunlah jamur tiram dengan rapi, pastikan tidak ada daun jamur yang melipat, dan dalam mengikat plastik kemasan juga jangan terlalu menggelembung karena beberapa jam setelah dikemas jamur akan mengeluarkan zat serupa gas yang akan memenuhi plastik kemas sehingga mengencang, jadi beri ruang saat mengikat plastik kemas tersebut.<sup>56</sup>

### C. Pengertian Manajemen

Secara ilmiah, perkembangan manajemen muncul di awal terbentuknya negara industri pada pertengahan kedua abad ke-19.<sup>57</sup> Secara etimologi, dalam bahasa Indonesia belum ada keseragaman mengenai terjemahan terhadap istilah "*management*" hingga saat ini terjemahannya sudah banyak dengan alasan-alasan tertentu seperti pembinaan, pengurusan, pengelolaan ketatalaksanaan, manajemen dan *management*.<sup>58</sup> Dalam *Kamus Ekonomi*, *management* berarti pengelolaan, kadang-kadang ketatalaksanaan. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, manajemen berarti penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran.<sup>59</sup>

Secara terminologi, bahwa istilah manajemen hingga kini tidak ada standar istilah yang disepakati. Istilah manajemen diberi banyak arti yang berbeda oleh para ahli sesuai dengan titik berat fokus yang dianalisis.<sup>60</sup> Hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Menurut Koontz dan Donnel :

---

<sup>56</sup>Ahmad Basari, "Cara Menanam Jamur Tiram Putih", <http://jamurtiramjawabarat.com/menanen-jamur-tiram-yang-benar/>, diakses 4 juli 2019

<sup>57</sup> Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Islam: Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006, h. 27.

<sup>58</sup> Harbangan Siagian, *Manajemen Suatu Pengantar*, Semarang: Satya Wacana, 2013, h. 8-9.

<sup>59</sup> Depdiknas. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2012, h. 708.

<sup>60</sup> Moekiyat, *Kamus Management*, Bandung: Alumni, 1980, h. 320.

*Management is getting things done through people. In bringing about this coordinating of group activity, the manager, as a manager plans, organizes, staffs, direct and control the activities other people*<sup>61</sup> (manajemen adalah usaha mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain. Dengan demikian manajer mengadakan koordinasi atas sejumlah aktivitas orang lain yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penempatan, penggerakan dan pengendalian).

2. Menurut Robbins dan Coulter:

*Management involves coordinating and overseeing the work activities of others so their activities are completed efficiently and effectively*<sup>62</sup> (manajemen adalah proses mengkoordinasikan aktivitas-aktivitas kerja sehingga dapat selesai secara efisien dan efektif dengan dan melalui orang lain).

3. Manajemen seperti dikemukakan George. R.Terry adalah

*Management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating, and controlling, performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human beings and other resources.* (manajemen merupakan sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lain).<sup>63</sup>

Dalam buku lainnya, George. R. Terry menyatakan, manajemen adalah mencakup kegiatan untuk mencapai tujuan, dilakukan oleh individu-individu yang menyumbangkan upayanya yang terbaik melalui tindakan-

---

<sup>61</sup> Harold Koontz and Cyril O. Donnel, *Principles of Management, An Analysis of Managerial Functions*, Second Edition, Tokyo: Mc. Graw Hill Kogakusha, Ltd., 1984, h. 3.

<sup>62</sup> Stephen P. Robbins and Mary Coulter, *Management*, Thirteenth Edition, England: Pearson Education Limited Wdinburgh Gate Harlow Wsswx CM20 2JE, 1992, h. 39.

<sup>63</sup> George.R.Terry, *Principles of Management*, Richard D. Irwin (INC. Homewood, Irwin-Dorsey Limited Georgetown, Ontario L7G 4B3, 1977, h. 4.

tindakan yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal tersebut meliputi pengetahuan tentang apa yang harus mereka lakukan, menetapkan cara bagaimana melakukannya, memahami bagaimana mereka harus melakukannya dan mengukur efektivitas dari usaha-usaha mereka.<sup>64</sup>

4. Menurut Sofyan Syafri Harahap manajemen adalah proses tertentu yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan tertentu yang sudah ditetapkan dengan menggunakan manusia dan sumber-sumber lainnya.<sup>65</sup>

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah serangkaian kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, mengendalikan dan mengembangkan segala upaya dalam mengatur dan mendayagunakan sumber daya manusia, sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

#### **D. Manajemen Islam**

Dalam bahasa Arab, manajemen disebut sebagai *idara* (berkeliling atau lingkaran). Dalam konteks bisnis bisa dimaknai sebagai “bisnis berjalan pada siklusnya”.<sup>66</sup> Perbuatan manusia menurut pendekatan syariah dapat berbentuk ibadah dan bisa berbentuk muamalah. Suatu perbuatan ibadah pada asalnya tidak boleh dilakukan kecuali ada dalil atau ketentuan yang terdapat dalam Al Qur'an dan/atau Hadits, yang menyatakan bahwa perbuatan itu harus atau boleh dilakukan. Sedang dalam muamalah pada asalnya semua perbuatan boleh dilakukan kecuali ada ketentuan dalam Al Qur'an dan/atau Hadits yang melarangnya.<sup>67</sup>

Kaitannya dengan konsep manajemen Islam sebagai berikut:

1. Menurut Sofyan Syafri Harahap, manajemen Islam adalah sebagai suatu ilmu manajemen yang berisi struktur teori menyeluruh yang konsisten dan

---

<sup>64</sup> George.R.Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, Terj. J. Smith, Jakarta: Bumi Aksara, 1993, h. 9.

<sup>65</sup> Sofyan Syafri Harahap, *Akuntansi Pengawasan dan Manajemen dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, 1992, h. 121.

<sup>66</sup> M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Islam*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013, h. viii.

<sup>67</sup> Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Alfabet, 2003, h 91.

dapat dipertahankan dari segi empirisnya yang didasari pada jiwa dan prinsip-prinsip Islam.<sup>68</sup>

2. Menurut Nana Herdiana Abdurrahman, manajemen Islam adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengawasan sumber daya manusia untuk mencapai sasaran yang diinginkan sesuai dengan ajaran Islam.<sup>69</sup>
3. Menurut Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, manajemen syariah membahas perilaku yang diupayakan menjadi amal saleh yang bernilai abadi. Manajemen syari'ah membahas struktur yang merupakan sunatullah dan struktur yang berbeda-beda itu merupakan ujian Allah. Manajemen syari'ah membahas sistem, dimana sistem yang dibuat harus menyebabkan perilaku pelakunya berjalan dengan baik.<sup>70</sup>
4. Menurut M. Ma'ruf Abdullah, manajemen Islam dapat diartikan sebagai sebuah kemampuan manajer yang membuat bisnis berjalan sesuai rencana dalam rangka melaksanakan keridhaan Tuhan melalui orang lain berdasarkan ajaran Islam.<sup>71</sup>

Sejalan dengan itu, menurut Adiwarmen A. Karim bahwa manajemen Islam harus mencakup empat hal: *pertama*, manajemen Islami harus didasari nilai-nilai dan akhlak Islami. *Kedua*, kompensasi ekonomis dan penekanan terpenuhinya kebutuhan dasar pekerja. *Ketiga*, faktor kemanusiaan dan spiritual sama pentingnya dengan kompensasi ekonomis. *Keempat*, sistem dan struktur organisasi sama pentingnya.<sup>72</sup>

---

<sup>68</sup> Sofyan Syafri Harahap, *Akuntansi Pengawasan dan Manajemen dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, 1992, h. 126.

<sup>69</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Islam dan Kewirausahaan*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, h. 22.

<sup>70</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Islam dalam Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2003, h. 5 dan 9.

<sup>71</sup> M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Islam*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013, h. viii.

<sup>72</sup> Adiwarmen A Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h. 171.

## E. Strategi

Menurut Basu Swastha dan Irawan, strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama, tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda. Jadi, strategi ini dibuat berdasarkan suatu tujuan.<sup>73</sup>

Dalam rangka pencapaian tujuan organisasi, telah umum diketahui bahwa istilah strategi semula bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai "kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan." Dewasa ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya, karena dalam arti yang sesungguhnya, manajemen puncak memang terlibat dalam satu bentuk "peperangan" tertentu.<sup>74</sup>

Pendapat lain menyatakan bahwa strategi merupakan istilah yang sering diidentikkan dengan "taktik" yang secara bahasa dapat diartikan sebagai "*concerning the movement of organisms in respons to external stimulus*" (suatu yang terkait dengan gerakan organisme dalam menjawab stimulus dari luar).<sup>75</sup> Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal.<sup>76</sup>

Strategi dapat didefinisikan paling sedikit dari dua perspektif yang berbeda: dari perspektif mengenai apa yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi, dan juga dari perspektif mengenai apa yang pada akhirnya

---

<sup>73</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2009, h. 67.

<sup>74</sup> Sondang P. Siagaan, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Bumi aksara, 2008, h. 15

<sup>75</sup> Lewis Mulford Adams, dkk, *Websters World University Dictionary*, Washington: D.C. Publisher Company, Inc, 1965, h. 1019.

<sup>76</sup> M. Arifin, *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008, h. 39.

dilakukan oleh sebuah organisasi, apakah tindakannya sejak semula memang sudah demikian direncanakan atau tidak. Dari perspektif yang pertama, strategi adalah "program yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya.

Kata "program" dalam definisi ini menyiratkan adanya peran yang aktif, yang disadari, dan yang rasional, yang dimainkan oleh manajer dalam merumuskan strategi perusahaan/organisasi. Dari perspektif yang kedua, strategi adalah "pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungannya sepanjang waktu." Dalam definisi ini, setiap organisasi mempunyai suatu strategi walaupun tidak harus selalu efektif sekalipun strategi itu tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Artinya, setiap organisasi mempunyai hubungan dengan lingkungannya yang dapat diamati dan dijelaskan. Pandangan seperti ini mencakup organisasi di mana perilaku para manajernya adalah reaktif, artinya para manajer menanggapi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan hanya jika mereka merasa perlu untuk melakukannya. Pembahasan mengenai strategi dalam tulisan ini akan menyangkut kedua definisi di atas, namun akan menekankan pada peran aktif. Perumusan sebuah strategi secara aktif dikenal sebagai perencanaan strategis (*strategic planning*), yang fokusnya luas dan umumnya berjangka panjang.<sup>77</sup>

Dalam merumuskan suatu strategi, manajemen puncak harus memperhatikan berbagai faktor yang sifatnya kritical. Pertama: Strategi berarti menentukan misi pokok suatu organisasi karena manajemen puncak menyatakan secara garis besar apa yang menjadi pembenaran keberadaan organisasi, filosofi yang bagaimana yang akan digunakan untuk menjamin keberadaan organisasi tersebut dan sasaran apa yang ingin dicapai. Yang jelas menonjol dalam faktor pertama ini ialah bahwa strategi merupakan keputusan dasar yang dinyatakan secara garis besar.

Kedua: dalam merumuskan dan menetapkan strategi, manajemen puncak mengembangkan profil tertentu bagi organisasi. Profil dimaksud harus

---

<sup>77</sup> James A.F. Stoner, *Manajemen*, Jilid 1, Alih Bahasa, Alfonsus Sirait, Jakarta: Erlangga, 1992, h. 139

menggambarkan kemampuan yang dimiliki dan kondisi internal yang dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan. Ketiga: pengenalan tentang lingkungan dengan mana organisasi akan berinteraksi, terutama situasi yang membawa suasana persaingan yang mau tidak mau harus dihadapi oleh organisasi apabila organisasi yang bersangkutan ingin tidak hanya mampu melanjutkan eksistensinya, akan tetapi juga meningkatkan efektivitas dan produktivitas kerjanya.<sup>78</sup>

Keempat: suatu strategi harus merupakan analisis yang tepat tentang kekuatan yang dimiliki oleh organisasi, kelemahan yang mungkin melekat pada dirinya, berbagai peluang yang mungkin timbul dan harus dimanfaatkan serta ancaman yang diperkirakan akan dihadapi. Dengan analisis yang tepat berbagai alternatif yang dapat ditempuh akan terlihat. Kelima: Mengidentifikasi beberapa pilihan yang wajar ditelaah lebih lanjut dari berbagai alternatif yang tersedia dikaitkan dengan keseluruhan upaya yang akan dilakukan dalam rangka pencapaian tujuan dan sasaran organisasi. Keenam: menjatuhkan pilihan pada satu alternatif yang dipandang paling tepat dikaitkan sasaran jangka panjang yang dianggap mempunyai nilai yang paling strategik dan diperhitungkan dapat dicapai karena didukung oleh kemampuan dan kondisi internal organisasi.

Ketujuh: Suatu sasaran jangka panjang pada umumnya mempunyai paling sedikit empat ciri yang menonjol, yaitu: (a) sifatnya yang idealistik, (b) jangkauan waktunya jauh ke masa depan, (c) hanya bisa dinyatakan secara kualitatif, dan (d) masih abstrak. Dengan ciri-ciri seperti itu, suatu strategi perlu memberikan arah tentang rincian yang perlu dilakukan. Artinya, perlu ditetapkan sasaran antara dengan ciri-ciri: (a) jangkauan waktu ke depan spesifik, (b) praktis dalam arti diperkirakan mungkin dicapai, (c) dinyatakan secara kuantitatif, dan (e) bersifat konkret. Kedelapan: Memperhatikan pentingnya operasionalisasi keputusan dasar yang dibuat dengan memperhitungkan kemampuan organisasi di bidang anggaran, sarana,

---

<sup>78</sup> Sondang P. Siagaan, *Manajemen Strategik... h. 16.*

prasarana dan waktu.<sup>79</sup> Kesembilan: mempersiapkan tenaga kerja yang memenuhi berbagai persyaratan bukan hanya dalam arti kualifikasi teknis, akan tetapi juga berperilaku serta mempersiapkan sistem manajemen sumber daya manusia yang berfokus pada pengakuan dan penghargaan harkat dan martabat manusia dalam organisasi.

Kesepuluh: teknologi yang akan dimanfaatkan yang karena peningkatan kecanggihannya memerlukan seleksi yang tepat. Kesebelas: Bentuk, tipe dan struktur organisasi yang akan digunakan pun sudah harus turut diperhitungkan, misalnya apakah akan mengikuti pola tradisional dalam arti menggunakan struktur yang hierarkikal dan piramidal, ataukah akan menggunakan struktur yang lebih datar dan mungkin berbentuk matriks. Keduabelas: menciptakan suatu sistem pengawasan sedemikian rupa sehingga daya inovasi, kreativitas dan diskresi para pelaksana kegiatan operasional tidak "dipadamkan." Ketigabelas: sistem penilaian tentang keberhasilan atau ketidakberhasilan pelaksanaan strategi yang dilakukan berdasarkan serangkaian kriteria yang rasional dan objektif. Keempatbelas: Menciptakan suatu sistem umpan balik sebagai instrumen yang ampuh bagi semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan strategi yang telah ditentukan itu untuk mengetahui apakah sasaran terlampaui, hanya sekedar tercapai atau mungkin bahkan tidak tercapai. Kesemuanya itu diperlukan sebagai bahan dan dasar untuk mengambil keputusan di masa depan.

Dari pembahasan di atas kiranya jelas bahwa pada dasarnya yang dimaksud dengan strategi bagi manajemen organisasi pada umumnya dan manajemen organisasi bisnis khususnya ialah rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> *Ibid.*, h. 16.

<sup>80</sup> *Ibid.*, h. 17.

Robert H. Hayes dan Steven C. Wheelwright telah mengidentifikasi lima ciri utama strategi yang membedakannya dari jenis perencanaan umum:

1. Wawasan waktu (*time horizon*). Pada umumnya, kata strategi dipergunakan untuk menggambarkan kegiatan yang meliputi cakrawala waktu yang jauh di depan, yaitu waktu yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan tersebut dan juga waktu yang diperlukan untuk mengamati dampaknya.
2. Dampak (*impact*). Walaupun hasil akhir dengan mengikuti suatu strategi tertentu tidak langsung terlihat untuk jangka waktu yang lama, dampak akhirnya akan sangat berarti.
3. Pemusatan upaya (*concentration of effort*). Sebuah strategi yang efektif biasanya mengharuskan pemusatan kegiatan, upaya, atau perhatian terhadap rentang sasaran yang sempit. Dengan memfokuskan perhatian pada kegiatan yang dipilih ini, secara implisit kita mengurangi sumber daya yang tersedia untuk kegiatan lainnya.
4. Pola keputusan (*pattern of decisions*). Walaupun sebagian perusahaan hanya perlu mengambil sejumlah kecil keputusan utama untuk menerapkan strategi pilihannya, kebanyakan strategi mensyaratkan bahwa sederetan keputusan tertentu harus diambil sepanjang waktu. Keputusan-keputusan tersebut harus saling menunjang, artinya mereka mengikuti suatu pola yang konsisten.
5. Peresapan (*pervasiveness*). Sebuah strategi mencakup suatu spektrum kegiatan yang luas mulai dari proses alokasi sumber daya sampai dengan kegiatan operasi harian. Selain itu, adanya konsistensi sepanjang waktu dalam kegiatan-kegiatan ini mengharuskan semua tingkatan perusahaan bertindak secara naluri dengan cara-cara yang akan memperkuat strategi.<sup>81</sup>

Kelima ciri ini jelas menunjukkan bahwa strategi perusahaan merupakan inti tempat semua kegiatan utama lainnya berputar. Strategi bersifat jangka panjang dan luas cakupannya. Ia meresapi dan mengendalikan semua

---

<sup>81</sup> James A.F. Stoner, *Manajemen*, Jilid 1, Alih Bahasa, Alfonsus Sirait, Jakarta: Erlangga, 1992, h. 140.

tindakan penting organisasi, dan ia merupakan faktor penting, penentu keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi dikemudian hari.

#### **F. Strategi dalam Islam**

Kata “strategi dalam Islam” menurut Abdul Halim Usman berarti sesuatu yang dirancang dan disiasati secara cermat agar memberi hasil atau keuntungan berdasarkan al-Qur’an dan hadits. Dalam organisasi perusahaan, strategi selalu memberikan hasil yang lebih baik, sehingga jika proses manajemen pada perusahaan tidak memberikan hasil yang lebih baik maka proses manajemen tersebut tidak dapat disebut manajemen strategis.<sup>82</sup>

Proses menyusun strategi pada masa Rasulullah juga sering kali digunakan untuk berdakwah dan memperluas kekuasaan atau bahkan berperang. Salah satu konsep strategi perang yang diketahui adalah kisah Khalid bin Walid Radhiyallahu ‘anhu yang pada saat itu sangat sadar, tidaklah mungkin menandingi pasukan sebesar pasukan Romawi tanpa siasat yang jitu. Ia lalu mengatur strategi, ditebarkan rasa takut ke diri musuh dengan selalu mengganti formasi pasukan setiap hari. Pasukan di barisan depan ditukar di belakang, dan yang di belakang berada di depan. Pasukan sayap kanan berganti posisi ke kiri begitupun sebaliknya. Tujuannya adalah agar pasukan romawi mengira pasukan muslimin mendapat bantuan tambahan pasukan baru. Selain itu, Khalid bin Walid mengulur-ulur waktu peperangan sampai sore hari karena menurut aturan peperangan pada waktu itu, peperangan tidak boleh dilakukan pada malam hari. Khalid memerintahkan beberapa kelompok prajurit kaum muslimin pada pagi harinya agar berjalan dari arah kejauhan menuju medan perang dengan menarik pelepah-pelepah pohon sehingga dari kejauhan terlihat seperti pasukan bantuan yang datang dengan membuat debu-debu berterbangan. Pasukan musuh yang menyaksikan peristiwa tersebut mengira bahwa pasukan muslim benar-benar mendapatkan bala bantuan. Mereka berpikir, bahwa kemarin dengan 3000 orang pasukan saja merasa kewalahan,

---

<sup>82</sup> Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Islam: Teori, Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2015, h. 20.

apalagi jika datang pasukan bantuan. Karena itu, pasukan musuh merasa takut dan akhirnya mengundurkan diri dari medan pertempuran.

Pasukan Islam lalu kembali ke Madinah, mereka tidak mengejar pasukan Romawi yang lari, karena dengan mundurnya pasukan Romawi berarti Islam sudah menang. Dari kisah tersebut dapat disimpulkan bahwa secara tidak langsung Islam telah mengajarkan umatnya untuk merangkai dan menjalankan sebuah strategi agar tujuan organisasi dapat tercapai. Begitu pula strategi dalam sebuah organisasi pada dasarnya dimaksudkan sebagai suatu proses (aktivitas) penentuan dan pencapaian tujuan organisasi melalui pelaksanaan empat fungsi dasar, yaitu *planning, organizing, actuating, dan controlling* dalam penggunaan sumberdaya organisasi. Karena itulah, aplikasi manajemen organisasi hakikatnya adalah juga amal perbuatan SDM organisasi yang bersangkutan. Berkenaan dengan hal itu, Islam telah menggariskan bahwa hakikat amal perbuatan haruslah berorientasi bagi pencapaian ridha Allah SWT. Hal ini seperti yang dikatakan Allah dalam Qur'an surat Al Mulk ayat 2 sampai 3 yang mensyaratkan dipenuhinya dua syarat sekaligus, yaitu niat yang ikhlas dan cara yang harus sesuai dengan hukum syariat Islam. Bila perbuatan manusia memenuhi dua syarat itu sekaligus, maka amal itu tergolong *ahsan (ahsanul amal)*, yakni amal terbaik di sisi Allah SWT.<sup>83</sup>

Dalam mencapai keberhasilan penjualan produk serta kemajuan perusahaan, di perlukan adanya suatu sistem manajemen yang baik. Perusahaan harus mampu melakukan semua fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan memecahkan masalah. Selain fungsi manajemen perlu adanya sebuah sistem manajemen strategik dalam mengatur strategi seperti apa yang harus perusahaan miliki untuk kemajuan perusahaannya

Apabila semua aspek fungsi manajemen serta manajemen strategik tersebut tidak dilaksanakan bisa di pastikan perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama. Adanya sistem manajemen tersebut juga di gunakan untuk

---

<sup>83</sup> Muhammad Ismail Yusmanto, *Manajemen Strategis Perspektif Islam*, Jakarta: Khairul Bayan, 2003, h. 2

kesejahteraan umat baik islam maupun non islam. Sistem manajemen sendiri telah di atur oleh islam dan tertera dalam landasan al-quran dan hadits. Namun sangat disayangkan pada saat ini nilai manajemen yang di terapkan oleh islam jarang di terapkan oleh perusahaan. Serta banyak masyarakat yang masih bingung mengenai perbedaan manajemen strategik syariah dengan manajemen strategik konvensional sehingga menyamakan antara manajemen strategik syariah dan konvensional. Padahal sudah jelas terlihat perbedaan antara manajemen strategik Islam dan konvensional dalam sistem landasan dan prinsip yang di pakai.

Manajemen strategik merupakan sebuah manajemen yang di terapkan sebuah perusahaan yang tujuannya untuk mengatur strategi apa saja yang seharusnya di lakukan sebuah perusahaan untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan, dengan menggunakan manajemen strategik perusahaan bisa mengetahui titik kelemahan kelebihan ancaman serta peluang yang di miliki perusahaan tersebut dan mengatur strategi ke depannya.

Konsep manajemen strategik Islam adalah sebuah proses manajemen berupa pengelolaan, perencanaan, pengawasan dan pengimplementasian harus dilaksanakan sesuai dengan landasan syariah (berdasarkan al-Qur'an dan hadits). Beberapa proses dalam manajemen Islam bisa di bagi menjadi 4 yakni: *ahdaf* (perencanaan), *tatbiq* (pelaksanaan), *muhasabah* (pengevaluasian), dan *ar riqobah* (pengawasan). Konsep manajemen strategik Islam memiliki beberapa kesamaan terhadap konsep manajemen strategik konvensional. Sebelum melakukan keempat elemen di atas harus terlebih dahulu melakukan analisis SWOT, analisis pada lingkungan internal eksternal perusahaan. Apabila semua aspek tersebut di analisis barulah di lakukan sebuah perencanaan.<sup>84</sup>

---

<sup>84</sup> Riski Fathul Ulum, "Perbedaan Konsep Manajemen Strategik Syariah dan Manajemen Strategik Konvensional", <https://www.kompasiana.com/riskif/a48623bda2083bc5cb/perbedaan-konsep-manajemen-strategik-syariah-dan-manajemen-strategik-konvensional>, diakses tgl 21 Mei 2019, jam 21.30 WIB.

## G. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Di samping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan. Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen.

Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan. Strategi pengembangan usaha dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tipe strategi yaitu: 1) Strategi manajemen; 2) Strategi investasi; 3) Strategi bisnis.<sup>85</sup>

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menopang pembangunan ekonomi yaitu memberdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai *basic* pembangunan ekonomi kerakyatan. Sejarah telah menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia tetap eksis dan berkembang meski terjadi krisis ekonomi. Namun disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia, dan kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Permasalahan lain yang dihadapi UMKM yaitu keterkaitan dengan kurang jelasnya prospek usaha dan perencanaan, dan belum mantapnya visi dan misinya. Hal tersebut terjadi karena umumnya UMKM bersifat income

---

<sup>85</sup> Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen", *Jurnal Pertanian* 1 (3) : 223–233 (2017), Vol. 2, No. 2, Oktober 2017, h. 224.

gathering yaitu menaikkan pendapatan. Karakteristik tersebut dapat dilihat pada usaha mikro, kecil dan menengah sekarang ini, pada umumnya merupakan usaha milik keluarga, penggunaan teknologi yang masih relatif sederhana, kurang memiliki akses permodalan (*bankable*), dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi.<sup>86</sup>

Salah satu prioritas pembangunan dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini didasarkan fakta bahwa UMKM telah banyak berkontribusi dalam perekonomian nasional. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Beberapa temuan penelitian sebelumnya, Hamid dan Susilo, 2011; Sakur, 2011; Syahza, 2013; Irdyanti, 2012, menyatakan lemahnya daya saing UMKM disebabkan beberapa masalah antara lain: (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Kontribusi dan peran UMKM pada perekonomian nasional sangat berarti, namun dari sisi daya saing banyak kelemahan dan permasalahan bagi UMKM yang harus dibenahi untuk menghadapi persaingan baik di dalam negeri maupun secara global.<sup>87</sup>

## H. Strategi Pengembangan Usaha dalam Islam

Sikap dan perilaku yang tergolong budaya kerja (etos kerja Islami) ini seyogianya dimiliki/menjadi bagian dari keseharian dalam aktivitas seorang

---

<sup>86</sup> Alyas dan Muhammad Rakib, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan" (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)", *Jurnal Sosiohumaniora*, Volume 19 No. 2 Juli 2017 : 114 – 120, h. 114.

<sup>87</sup> Ariani Mohamad Nur Utomo, "Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan", *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 13, Nomor 2, September 2017, 99-118, 2017, h. 100.

usahawan yang islami.<sup>88</sup> Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalfahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar. Demikian pula, dengan bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja. Allah berfirman pada QS. Al-Ahqaaf: 19:

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا وَيُؤْتِيهِمْ أَجْرَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya: “Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”.

Dalam surat tersebut, orang-orang Islam didorong untuk menggunakan hari-harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitu pula dalam berusaha dilarang melakukan perbuatan curang dan memakan riba.

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqoh.

#### 1. Jujur

Sikap jujur melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan.

Kepercayaan akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

#### 2. Ikhlas

---

<sup>88</sup> M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Islam*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013, h. 111.

Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhitungkan keuntungan non materiil (mendapat ridha dari Allah SWT).<sup>89</sup>

### 3. Profesional

Profesional yang didukung oleh sikap jujur dan ikhlas merupakan dua sisi yang saling menguntungkan. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi suatu masalah. Tidak mudah menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindar dari resiko.

### 4. Silaturahmi

Silaturahmi merupakan jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptanya. Silaturahmi menjadi dasar membina hubungan baik tidak hanya dengan pelanggan dan investornya, tetapi juga dengan calon pelanggannya (*future market*), dan bahkan dengan kompetitornya.

### 5. Niat suci dan ibadah

Islam menegaskan keberadaan manusia di dunia ini adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-Dzariyat (51): 56. Bagi seorang muslim menjalankan usaha merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (*lillahi ta'ala*), cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Dengan demikian maka ia akan memperoleh garansi keberhasilan dari Allah SWT.

### 6. Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh

Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh hendaknya menjadi budaya pebisnis syariah. Menurut ajaran Islam harta yang digunakan untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqoh tidak akan hilang, bahkan menjadi

---

<sup>89</sup> M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Islam*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013, h. 84-85.

tabungan kita yang akan dilipatgandakan oleh Allah di dunia dan akhirat, sehingga menyuburkan bisnis kita. Sebagaimana Allah berfirman pada QS. Al-Baqarah: 261.

**BAB III**  
**DESKRIPSI UMUM USAHA BUDIDAYA JAMUR TIRAM DI**  
**GAPOKTAN NGALIYAN SEMARANG**

**A. Gambaran Objek Penelitian**

**1. Kelurahan Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan**

Kelurahan Gondoriyo merupakan wilayah yang mengalami perkembangan pesat dalam kurun 1 dekade ini dengan dihuni tidak kurang dari 5.204 jiwa pada tahun 2010. Potensi yang dimiliki Kelurahan Gondoriyo sangatlah besar. Dengan sumber daya alam yang melimpah dan ditunjang faktor kesuburan tanah membuat kelurahan ini layak sebagai lahan persawahan dan perkebunan. Sehingga tidak heran penduduknya banyak yang menggeluti usaha di bidang ini.

Keanekaragaman hasil bumi di antaranya : gabah, jagung, pisang, umbi-umbian, kacang-kacangan serta jamur. Ada banyak jamur yang dikembangkan, salah satunya adalah jamur tiram yang saat ini pamornya semakin meroket sehingga tidak sedikit yang menekuni budidaya ini. Salah satunya adalah Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”.<sup>90</sup>

Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” adalah usaha skala kecil yang dimulai pada tahun 2009. Setelah menggeluti bisnis jamur selama enam tahun di bawah binaan Pemerintah, mereka bertekad untuk memiliki kumbung sendiri meskipun tidak ada modal. Dengan dana dari pinjaman bank, mereka mendirikan kumbung pertamanya di Kampung Gondoriyo, Ngaliyan, Semarang yang kemudian menghasilkan keuntungan dan terus dikembangkan. Saat ini (awal 2018), Gapoktan Margo Asih sudah berkembang dan memiliki banyak kumbung. Hingga saat ini, Gondoriyo dikenal sebagai desa yang memproduksi jamur tiram.<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup> Data Dari buku Monografi Desa Gondoriyo Tahun 2018.

<sup>91</sup> Dokumentasi Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”

## **2. Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” Kelurahan Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan**

### **1). Tujuan dan Strategi Usaha**

Tujuan dari Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” adalah untuk memperoleh keuntungan.. Strategi yang dilakukan yaitu dengan memproduksi sendiri produknya. Keuntungan tambahan diperoleh jika ada pihak lain yang mau memakai jasa Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” baik untuk membantu produksi, penyediaan bahan, maupun penyaluran produk jadi.

### **2). Azas dari Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”**

Azas dari Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” antara lain :

#### **a. Keswadayaan**

Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” dikembangkan dengan tetap menjaga kemandirian melalui kemampuan memecahkan sendiri masalah yang dihadapi baik masalah teknis, sosial maupun ekonomi.

#### **b. Demokrasi**

Dalam melaksanakan setiap kegiatan, pengelola Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” dan pengguna jasa mengadakan kesepakatan dan keterlibatan bersama secara aktif.

#### **c. Kekeluargaan**

Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” tumbuh dan berkembang sebagai satu kesatuan keluarga yang utuh menjalin kekerabatan antara pengelola dan fasilitator dengan peserta yang mengikuti pelatihan / pemagangan.

#### **d. Kemanfaatan**

Keberadaan Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dan pengguna jasa lainnya.

#### **e. Keterpaduan**

Penumbuhan dan pengembangan Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” merupakan bagian integral dari pembangunan pertanian dan pedesaan, sehingga tercapai keselarasan, keserasian, dan sinergi.

f. Kesederhanaan

Pelatihan / permagangan di Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” dilaksanakan secara sederhana dan bertahap sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa.

Sedangkan Prinsip Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” antara lain :

a. Kemandirian

Dukungan pihak lain tidak boleh menyebabkan ketergantungan Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”, namun sebaliknya harus mampu mendorong tumbuh kembangnya keswadayaan.

b. Kerakyatan

Penumbuhan dan pengembangan Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” dilakukan dari, oleh dan untuk petani serta ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan keluarganya dengan memanfaatkan secara optimal sumberdaya yang dimiliki.

c. Kemitraan

Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” merupakan mitra kerja pemerintah dalam pengembangan sumber daya manusia pertanian, khususnya petani dan masyarakat perdesaan.

d. Sinergi

Keberadaan Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” merupakan bagian integral dari pembangunan pertanian / perdesaan dan dilakukan dengan mengerahkan segala sumberdaya pada berbagai pemangku kepentingan secara sinergis.

e. Berkelanjutan

Aktivitas Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” dilaksanakan sesuai kemampuan dan kondisi setempat secara berkelanjutan.<sup>92</sup>

---

<sup>92</sup> Dokumentasi Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”

### 3). Produk dan Pasar

Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” menyediakan produk jamur tiram segar yang belum diolah. Jamur inilah yang rencananya akan didistribusikan dan dipasarkan

### 4). Struktur Organisasi

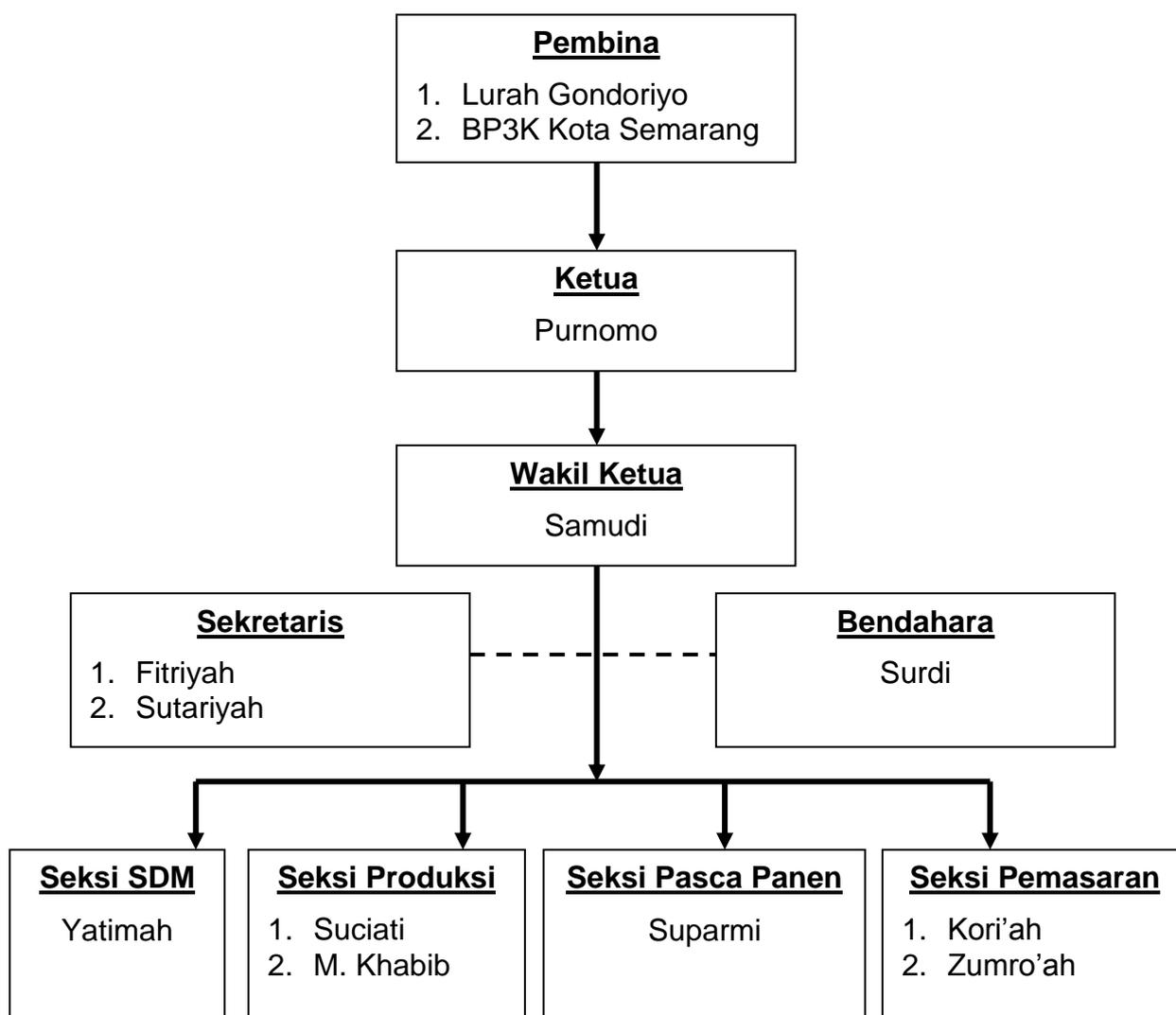
Pada Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”, anggota berperan sebagai tenaga kerja dan Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” berperan sebagai pemilik usaha jamur tiram. Pada Tabel 11 berikut ini tersaji karakteristik biodata pengurus dan anggota Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” saat ini.

**Tabel 3.1 Data Pengurus dan Anggota  
“Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih” Tahun 2018**

No	Nama	Jabatan	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Jumlah Tanggungan
1	Purnomo	Ketua	Laki-laki	45	D3	2
2	Samudi	Wakil Ketua	Laki-laki	50	SMA	3
3	Surdi	Bendahara	Laki-laki	40	SMA	1
4	Fitriyah	Sekretaris I	Perempuan	30	SMA	2
5	Sutariyah	Sekretaris II	Perempuan	35	SMA	2
6	Yatimah	Seksi SDM	Perempuan	40	SMA	1
7	Suciati	Seksi Produksi	Perempuan	30	SMA	2
8	M. Khabib	Seksi Produksi	Laki-laki	32	SMA	3
9	Suparmi	Seksi Pasca Panen	Perempuan	30	SMA	2
10	Kori'ah	Seksi Pemasaran	Perempuan	32	SMA	2
11	Zumro'ah	Seksi Pemasaran	Perempuan	42	SMA	2
12	Edi S.	Anggota	Laki-laki	45	SMA	1
13	Kasmani	Anggota	Laki-laki	37	SMA	2
14	Rokhmiyati	Anggota	Laki-laki	36	SMA	2
15	Ika	Anggota	Perempuan	30	SMA	1
16	Endang	Anggota	Perempuan	25	SMA	1
17	Sinwan	Anggota	Laki-laki	35	SMA	1
18	Sukeri	Anggota	Laki-laki	38	SMA	2

19	Zamroni	Anggota	Laki-laki	35	SMA	1
20	Suratmin	Anggota	Laki-laki	40	SMA	1

Struktur organisasi ini dibuat untuk mengatur pembagian pekerjaan yang ada, dan membentuk perbedaan tingkat pekerjaan, tanggung jawab, dan jabatan. Terdapatnya pembagian kerja mempermudah karyawan dalam melakukan kegiatan atau pekerjaan mereka, meskipun dalam pelaksanaan di lapangan hal ini tidak dilaksanakan atau diterapkan secara kaku.



**Gambar 3.2 Susunan Pengurus**

**Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” Tahun 2018**

### 5). Aspek Distribusi

Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih menyadari bahwa komoditas pertanian merupakan komoditas yang cepat rusak, maka dari itu, komoditas pertanian harus dengan cepat diterima oleh konsumen. Oleh karena itu pengemasan komoditi menjadi sangat penting.

Setelah jamur dipanen maka akan didiamkan terlebih dahulu  $\pm$  1 jam, lalu kemudian dimasukkan ke dalam kemasan 5 kg atau juga tergantung permintaan pasar. Setelah dimasukkan ke dalam kemasan, lalu ditimbang, setelah itu baru disegel dengan alat yang namanya *sealer*.

Jamur yang sudah dikemas akan dimasukkan ke dalam gudang penyimpanan untuk menunggu proses distribusi. Lamanya penyimpanan ini maksimal 1 hari, karena jamur tidak boleh lama-lama disimpan karena dikhawatirkan tingkat kesegarannya akan berkurang, dan harus segera didistribusikan.

Masalah pendistribusian, Gapoktan Margo Asih membina para tenaga distribusi agar mereka mampu meraup konsumen potensial sebanyak mungkin, terutama para konsumen tetap. Bagi Gapoktan Margo Asih, konsumen tetap itu bisa menjanjikan kelangsungan produktivitas jamur tetap terjaga sehingga penyerapan pasar menjadi maksimal. Selain itu yang menjadi faktor penentu, tingkat kesegaran jamur tiram juga sangat diperhatikan, karena jamur yang segar sangat disukai oleh konsumen.

Hal yang perlu diperhatikan dalam pengemasan adalah kemasan jamur harus ada udara, hal ini untuk menjaga kualitas jamur tetap segar. Jamur tiram merupakan jenis sayuran sifatnya cepat dikonsumsi setelah dipanen, tidak tahan lama apabila dibiarkan dalam keadaan udara terbuka. Cepat berubah warna (biasanya menguning), berair, tubuh jamur mudah terlepas dari batangnya.

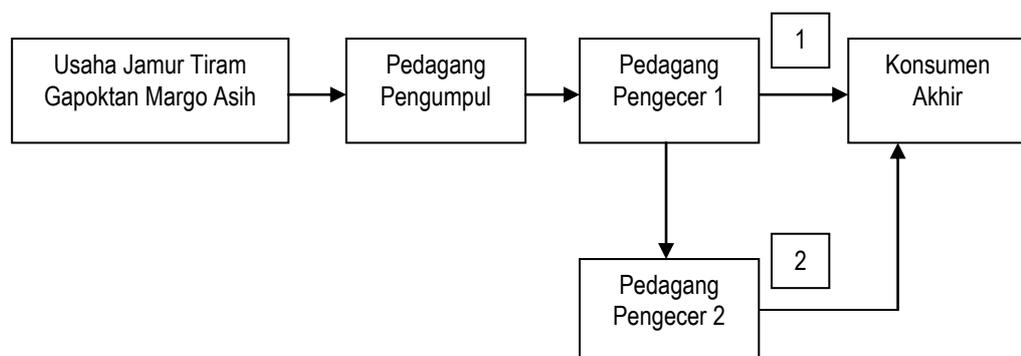
Untuk pendistribusian lokal atau dalam wilayah sekitar, antar kecamatan, jamur ini hanya dikemas dalam plastik biasa yang tidak terlalu tebal, karena diharapkan, tidak sampai 1 hari, produk tersebut sudah berada di

tangan konsumen. Plastik hanya melindungi saja dari udara luar atau sengatan matahari langsung.

Namun tidak untuk pendistribusian jarak jauh. Kemasan yang tidak sesuai hanya akan memperpendek tingkat kesegaran jamur atau bahkan tidak bisa mencegahnya dari kerusakan. Untuk mengatasi hal ini, terutama untuk pengiriman jarak jauh antar pulau, dikemas di dalam kemasan menggunakan plastik PP/PE dan di sealer rapat setelah diberi udara. Yang perlu diperhatikan lagi dalam pemberian udara tidak terlalu menggelembung, karena sebenarnya tubuh jamur masih “bernafas” mengeluarkan sejenis uap. Hal ini yang menyebabkan kantong plastik dalam kemasan yang berisi jamur akan mudah meletus apabila diberikan udara yang langsung penuh dalam mengemas jamur. Setelah proses pengemasan selesai, jamur dimasukkan ke dalam kardus rokok, lebih baik lagi diberikan kembang es agar jamur lebih awet.

Harga jamur tiram putih segar yang diterima pelaku usaha jamur tiram putih di Desa Tugu Selatan sebesar Rp 6.500/kg dengan sistem jual di tempat. Penjualan jamur segar dilakukan dengan sistem penjualan secara langsung ke pedagang pengumpul.

Pemasaran jamur tiram putih dilakukan melalui pedagang pengumpul. Jamur tiram segar yang dijual ke pedagang pengumpul tidak menghasilkan biaya transport bagi pelaku usaha dikarenakan pedagang pengumpul sendiri yang akan datang ke lokasi usaha dan diangkut dengan mobil milik pedagang pengumpul. Berikut distribusi jamur tiram putih segar dari pelaku usaha di Desa Tugu Selatan :



Pada saluran pertama, jamur tiram segar yang dihasilkan dijual ke pedagang pengumpul. Selanjutnya pedagang pengumpul menjual jamur tiram segar tersebut ke pedagang pengecer pertama yang berjualan di Pasar Johar, Pasar Karangayu. Dari pedagang pengecer ini kemudian sampai di konsumen akhir.

Saluran kedua, pelaku usaha tetap menjual kepada pedagang pengumpul dan dari pedagang pengumpul dijual ke pedagang pengecer pertama. Pedagang pengecer pertama kemudian menjual ke pedagang pengecer kedua seperti pedagang di Pasar wilayah Magelang dan Yogyakarta. Dari pedagang pengecer kedua kemudian sampai kepada konsumen akhir.

#### **6). Aspek Pemasaran**

Konsep Manajemen Pemasaran Gapoktan Margo Asih sendiri sebenarnya tidak berbeda jauh dari konsep pemasaran yang kita kenal. Konsep pemasaran yang kita kenal sekarang, pemasaran adalah sebuah ilmu dan seni yang mengarah pada proses penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian values kepada para konsumen serta menjaga hubungan dengan para *stakeholders*-nya. Namun pemasaran sekarang menurut Hermawan juga ada sebuah kelirumologi yang diartikan untuk membujuk orang belanja sebanyak-banyaknya atau pemasaran yang pada akhirnya membuat kemasan sebaik-baiknya padahal produknya tidak bagus atau membujuk dengan segala cara agar orang mau bergabung dan belanja. Bedanya adalah Pemasaran Syariah mengajarkan pemasar untuk jujur pada konsumen atau orang lain. Nilai-nilai syariah mencegah pemasar terperosok pada kelirumologi itu tadi karena ada nilai-nilai yang harus dijunjung oleh seorang pemasar.

Manajemen Pemasaran Syariah bukan hanya sebuah pemasaran yang ditambahkan syariah karena ada nilai-nilai lebih pada pemasaran Syariah saja, tetapi lebih jauhnya pemasaran berperan dalam syariah, dan syariah berperan dalam pemasaran. Pemasaran berperan dalam syariah diartikan perusahaan yang berbasis syariah diharapkan dapat bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis, karena dengan profesionalitas dapat menumbuhkan

kepercayaan konsumen. Syariah berperan dalam pemasaran bermakna suatu pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas pada pemasaran, sehingga Gapoktan Margo Asih tidak akan serta merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi saja ia juga harus berusaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat merubah suatu values kepada para *stakeholders*-nya sehingga perusahaan tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya sehingga menjadi bisnis yang sustainable seperti tujuan awalnya.

Konsep Manajemen Pemasaran Gapoktan Margo Asih di antaranya adalah:<sup>93</sup>

1. *Syariah Marketing Strategy*, untuk memenangkan *mind-share*, dapat dilakukan pemetaan pasar berdasarkan pertumbuhan pasar, keunggulan kompetitif dan situasi persaingan. Dari pemetaan potensi pasar sebelumnya, dapat dilihat bahwa pasar rasional atau pasar mengambang merupakan pasar yang sangat besar. Para pebisnis harus dapat membidik pasar rasional yang sangat potensial tersebut. Setelah itu mereka perlu melakukan *positioning* sebagai perusahaan yang mampu meraih mindshare.
2. *Syariah Marketing Tactic*, untuk memenangkan *market-share*. Ketika *positioning* pebisnis syariah di benak pasar rasional telah kuat, mereka harus melakukan diferensiasi yang mencakup apa yang ditawarkan (*content*), bagaimana menawarkan (*context*) dan apa infrastruktur dalam menawarkannya. Langkah selanjutnya para marketer perlu menerapkan diferensiasi secara kreatif dan inovatif dengan menggunakan *marketing mix* (*price, product, place and promotion*). Hal-hal yang perlu dipersiapkan juga, bagaimana pebisnis melakukan selling dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan sehingga mampu menghasilkan keuntungan finansial.
3. *Syariah Marketing Value*, untuk memenangkan *heart-share* (kecintaan pelanggan terhadap produk). Terakhir, semua strategi dan taktik yang

---

<sup>93</sup> Dokumentasi Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”

sudah dirancang akan berjalan optimal bila disertai dengan peningkatan *value* dari jamur tiram yang dijual. Peningkatan *value* di sini berarti bagaimana kita mampu membangun *brand* yang kuat, memberikan *service* yang membuat pelanggan loyal, dan mampu menjalankan proses yang sesuai dengan kepuasan pelanggan.

Dalam Syariah *Marketing Value*, *brand* merupakan nama baik yang menjadi identitas seseorang atau perusahaan. Contohnya Nabi Muhammad saw yang terukam kuat di pikiran semua orang bahwa beliau adalah seorang Al-Amin. Brand itu menjadikan Nabi Muhammad lebih mudah untuk mengkomunikasikan produknya, karena semua orang telah mempercayai semua kata-katanya.<sup>94</sup>

4. *Syariah Marketing Scorecard*, untuk menciptakan keseimbangan *value* kepada para *stakeholders*. Tiga *stakeholders* utama dari suatu perusahaan adalah *people*, *customers*, dan *shareholders*. Ketiga *stakeholders* tersebut sangat penting karena mereka adalah orang-orang yang sangat berperan dalam menjalankan suatu usaha.<sup>95</sup>

Di dalam pasar komersial (*commercial market*), Gapoktan Margo Asih harus bisa mengakuisisi dan meretensi pelanggannya. Di dalam pasar kompetensi (*competency market*), Gapoktan Margo Asih harus bisa memilih dan mempertahankan orang-orang yang tepat. Sedangkan di dalam pasar modal (*capital market*), Gapoktan Margo Asih harus bisa mendapatkan dan menjaga para pemegang saham yang tepat. Untuk menjaga keseimbangan ini, Gapoktan Margo Asih harus bisa menciptakan *value* yang unggul bagi ketiga *stakeholders* utama tersebut dengan ukuran dan bobot yang sama.

5. *Syariah Marketing Enterprise*, untuk menciptakan sebuah inspirasi (*inspiration*). Gapoktan Margo Asih, layaknya manusia, haruslah memiliki impian (*dream*). Inspirasi tentang impian yang hendak dicapai inilah yang

---

<sup>94</sup> Dokumentasi Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”

<sup>95</sup> Dokumentasi Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”

akan membimbing manusia, dan juga perusahaan, sepanjang perjalanannya. sebuah perusahaan harus mampu menggabungkan antara idealisme dan pragmatisme. Gapoktan Margo Asih harus mampu idealistik dan sekaligus pragmatis, dan mampu mengimplementasikan kedua hal ini sekaligus dan secara simultan, tanpa adanya *trade-off*.

Praktek bisnis dan pemasaran tengah mengalami pergeseran dan mengalami transformasi, dari level intelektual (rasional), ke emosional, dan pada akhirnya ke level spiritual. Pada level intelektual, pemasar akan menyikapi pemasaran secara fungsional-teknikal dengan menggunakan sejumlah *tools* pemasaran, seperti segmentasi pasar, bauran pemasaran (*marketing mix*), targeting, dan lain sebagainya. Di level emosional, kemampuan pemasar dalam memahami emosi dan perasaan pelanggan menjadi penting. Jika di level intelektual pemasaran layaknya sebuah “robot”, di level emosional menjadi seperti “manusia” yang berperasaan dan empatik.

Di level spiritual ini, pemasaran sudah disikapi sebagai “bisikan nurani” dan “panggilan jiwa” (*calling*). Di sini praktek pemasaran dikembalikan kepada fungsinya yang hakiki dan dijalankan dengan moralitas yang kental. Prinsip-prinsip kejujuran, empati, cinta, dan kepedulian terhadap sesama menjadi dominan. Paradigma baru muncul dalam pemasaran, dilandasi oleh kebutuhan yang paling pokok, yang paling dasar, yaitu kejujuran, moral, dan etika dalam bisnis. Inilah *spiritual marketing*. Hal ini menjadikan *spiritual marketing* merupakan tingkatan tertinggi dalam konsep pemasaran syariah. *Spiritual marketing* menjadi jiwa bagi bisnis yang berprinsipkan syariah.

Seorang pengusaha dalam pandangan etika Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan, yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridloi oleh Allah swt. Ini berarti yang harus diraih oleh Gapoktan Margo Asih dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materiil (bendawi), tetapi yang penting lagi adalah keuntungan immaterial (spiritual).

## B. Modul Usaha Jamur Tiram

Gapoktan Margo Asih di Desa Gondoriyo menjalankan kegiatan bisnis budidaya jamur tiram. Kegiatan usaha jamur tiram sampai masa panen tersebut memerlukan beberapa bahan baku utama, yaitu serbuk kayu, dedak, kapur, jagung, gips, dan bibit jamur tiram. Ketersediaan bahan baku perlu diperhatikan agar kelancaran kegiatan produksi dapat terjamin.

Bahan baku dibeli dari pemasok yang berada di beberapa daerah, yaitu Temanggung, Wonosobo, dan sekitar Salatiga. Bahan baku serbuk kayu diperoleh dari pemasok di daerah Temanggung. Pemasok tersebut dipilih karena mampu memenuhi permintaan dari pelaku usaha secara kontinu. Bahan baku berupa dedak dan bibit berasal dari daerah Wonosobo yang cukup dekat dengan lokasi usaha. Berikut bahan baku yang digunakan pelaku usaha jamur tiram di Desa Gondoriyo:

**Tabel 3.2. Kebutuhan Bahan Baku Pelaku Usaha Jamur Tiram di Desa Gondoriyo**

No.	Jenis Bahan Baku	Satuan	Kebutuhan (per bulan)	Asal Bahan Baku
1	Serbuk kayu	Karung	2.132	Temanggung
2	Dedak	Kg	6.396	Wonosobo
3	Kapur	Kg	1.279,2	Salatiga
4	Jagung	Kg	2.558,4	Salatiga
5	Gips	Kg	639,6	Tajur
6	Bibit	Log	2132	Wonosobo
7	Plastik	Kg	460,973	Salatiga
8	Koran	Kg	42,64	Wonosobo
9	Ring bambu	Ring	85.280	Salatiga
10	Karet	Kg	28,427	Salatiga

Adapun rangkaian kegiatan proses usaha jamur tiram yang dilakukan oleh pelaku usaha jamur tiram di Kelurahan adalah sebagai berikut:

### 1) Pembuatan Media Tanam

#### a. Persiapan

Dalam melakukan budidaya jamur tiram dengan menggunakan serbuk kayu sebagai komposisi utama untuk media tumbuh. Serbuk kayu

yang biasa digunakan dalam kegiatan budidaya jamur tiram adalah berasal dari serbuk gergaji kayu sengon (*Parasientes falcataria*). Semua bahan-bahan pembuat media tanam disiapkan sesuai dengan kebutuhan dan komposisi yang sesuai.

b. Pengayakan

Serbuk kayu yang akan digunakan sebagai media tanam jamur tiram disaring dengan menggunakan ayakan untuk mendapatkan serbuk kayu yang halus dan seragam. Pengayakan dilakukan untuk mendapatkan kepadatan tertentu tanpa ada kerusakan plastik dan mendapatkan tingkat pertumbuhan miselium yang merata.

c. Pencampuran

Serbuk kayu yang telah halus dicampur dengan dedak, kapur, jagung, dan gips. Komposisi pencampuran ini terdiri dari dedak 10%, kapur 2%, jagung 4%, dan gips 1%. Dedak dan jagung berfungsi sebagai nutrisi yang baik untuk pertumbuhan miselium jamur tiram.

Kapur berfungsi sebagai penetral keasaman dengan mengontrol pH tetap stabil pada proses pemeraman dan gips berfungsi menguatkan kepadatan baglog. Setelah bahan dicampur hingga merata, ditambah air secukupnya. Penambahan air dilakukan sampai campuran tidak hancur saat digenggam dan tidak mengeluarkan air.

d. Pemeraman/Pengomposan

Pemeraman merupakan kegiatan menimbun campuran media tanam selama satu malam dengan cara menutupnya secara rapat menggunakan terpal. Proses ini dilakukan untuk fermentasi sehingga kandungan yang terdapat dalam media tersebut terurai menjadi senyawa sederhana yang mudah dicerna oleh jamur. Penguraian tersebut terjadi dengan bantuan mikroba agar diperoleh senyawa-senyawa yang lebih sederhana, sehingga lebih mudah dicerna oleh jamur.

e. Pengisian Media ke Kantong Plastik (Baglog)

Media produksi dimasukkan ke dalam plastik polipropilen ukuran 17x35 cm dengan kepadatan tertentu agar miselium jamur dapat tumbuh

maksimal dan menghasilkan panen yang optimal. Media dipadatkan sampai memiliki bobot sekitar 1,2 kg.

f. Sterilisasi

Sterilisasi adalah proses yang dilakukan untuk mematikan mikroba baik bakteri, kapang, maupun khamir yang dapat mengganggu pertumbuhan jamur yang ditanam. Sterilisasi dilakukan dengan memasukkan baglog ke dalam oven pengukusan hingga suhu 90-100 OC.

g. Pendinginan

Proses pendinginan merupakan upaya menurunkan suhu media tanam setelah disterilkan agar bibit jamur yang akan dimasukkan ke dalam baglog tidak mati. Pendinginan dilakukan selama semalam sebelum dilakukan inokulasi.

2) Inokulasi Bibit (Penanaman)

Inokulasi merupakan proses kegiatan pemindahan sejumlah kecil miselium jamur tiram dari biakan induk ke dalam media tanam yang telah disediakan. Satu log bibit dapat digunakan untuk 40 log jamur budidaya. Inokulasi dilakukan dalam ruangan yang bersih dan steril agar tidak terjadi kontaminasi yang dapat membuat pertumbuhan jamur menjadi tidak baik.

Setelah diberi bibit, baglog ditutup dengan menggunakan koran, ring bambu, dan karet.

3) Inkubasi

Inkubasi merupakan proses menempatkan media tanam yang telah diinokulasi pada kondisi ruang tertentu agar miselium jamur tiram tumbuh. Pelaku usaha umumnya tidak memiliki kumbung inkubasi khusus.

4) Pemeliharaan

Setelah baglog berwarna putih merata, jamur tiram akan mulai tumbuh sehingga sumbatan koran pada baglog harus dibuka. Kelembaban udara diatur sekitar 90 persen agar media tidak mengering. Kelembaban udara dapat dijaga dengan melakukan penyiraman. Penyiraman dilakukan

tiga kali dalam sehari jika cuaca panas, sedangkan saat musim penghujan penyiraman dapat tidak dilakukan sama sekali sampai satu atau dua kali penyiraman selama sehari.

5) Pengendalian Hama dan Penyakit

Kegiatan pengendalian hama dan penyakit dilakukan untuk mengkoordinasikan baglog dan tubuh buah yang bebas dari organisme pengganggu dengan tujuan untuk menghindari kegagalan panen yang diakibatkan oleh serangan hama, penyakit, dan cendawan pengganggu.

6) Panen

Panen dilakukan setelah pertumbuhan jamur mencapai tingkat optimal, yaitu cukup besar tetapi belum maksimal. Panen jamur dilakukan dengan cara mencabut seluruh jamur hingga bagian pangkal jamur yang terdapat pada baglog. Bagian lubang baglog harus bersih dari sisa jamur yang lama agar tidak terjadi pembusukan yang dapat menghambat pembentukan jamur baru. Panen dilakukan pada pagi hari dan didiamkan sekitar satu jam untuk mengurangi kadar air dalam jamur. Hal tersebut dilakukan agar jamur tidak mudah rusak saat pengemasan. Satu baglog jamur dapat dipanen sebanyak lima kali dengan waktu antar panen berkisar antara 12-14 hari.<sup>96</sup>

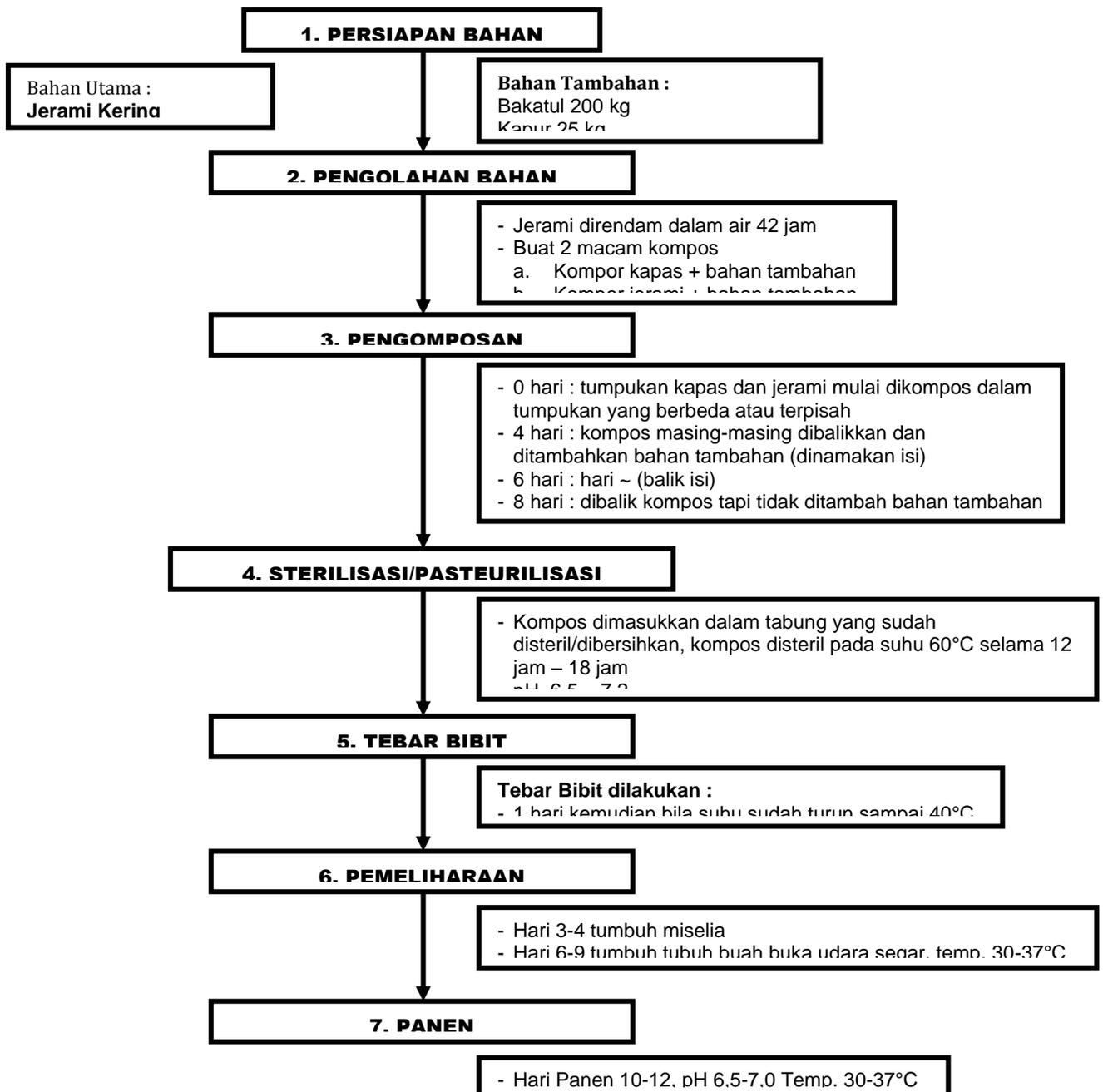
7) Pasca Panen

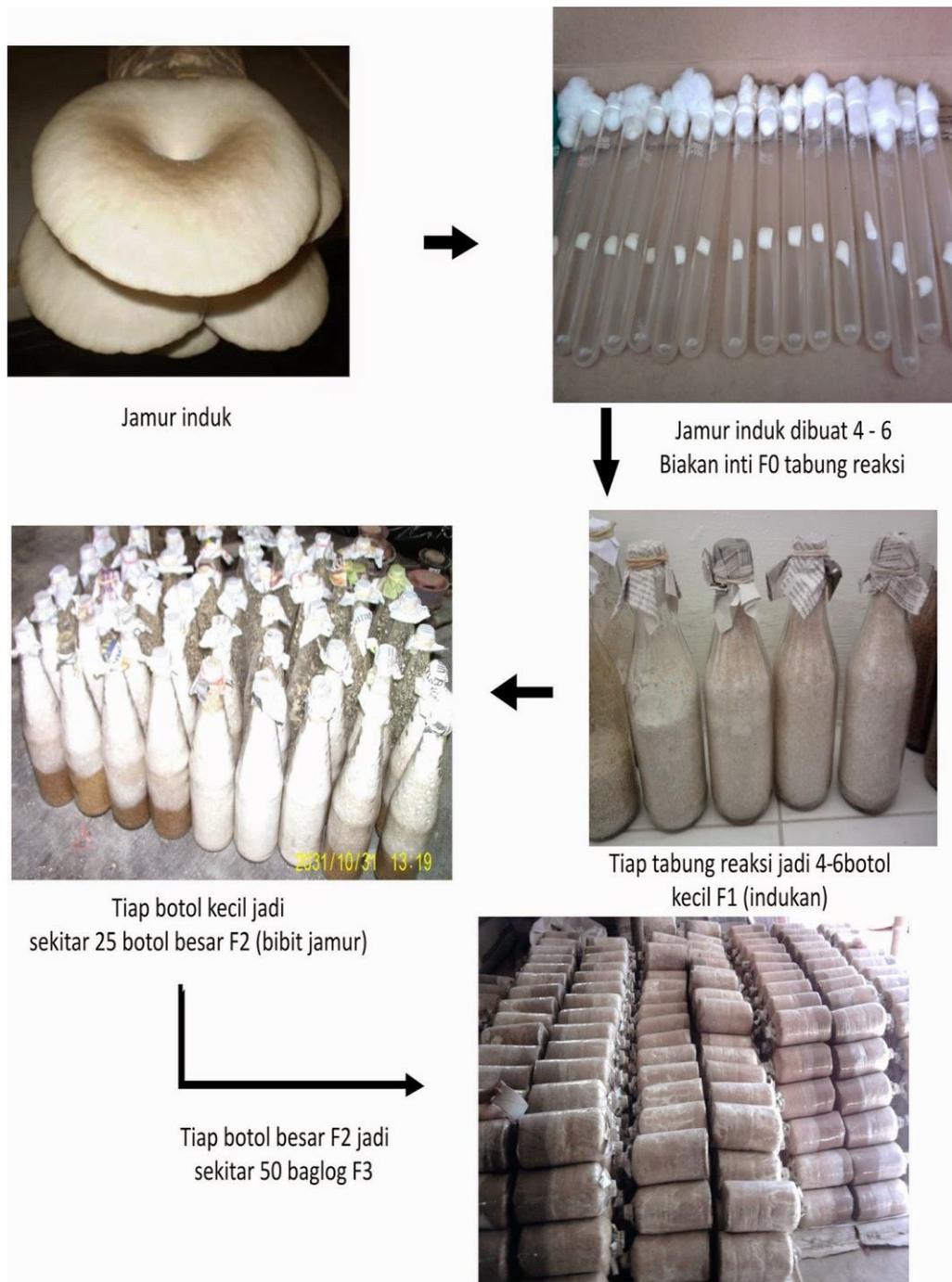
Kegiatan pasca panen yang dilakukan berupa membersihkan jamur dari kotoran dan memotong akar jamur yang kotor dengan menggunakan cutter. Jamur yang telah bersih ditimbang dan dikemas dalam kantong plastik dengan kapasitas 5 kg.

---

<sup>96</sup> Data Dari buku Monografi Desa Gondoriyo Tahun 2017.

Gambar 3.2 Bagan Alur Usaha Jamur Tiram Sampai Masa Panen





**Gambar 3.3 Foto Penurunan Bibit**

Saat ini terdapat 17 orang yang menjadi tenaga kerja tetap dan 16 orang pekerja borongan. Untuk pengembangan usaha yang akan dilakukan menyebabkan kebutuhan tenaga kerja meningkat menjadi 25 orang tenaga kerja tetap dan 21 orang pekerja borongan. Tenaga kerja tidak diharuskan memiliki keterampilan atau keahlian khusus dalam budidaya jamur tiram, tetapi memiliki keinginan untuk belajar dan bekerja serta disiplin dalam bekerja. Pelaku usaha akan melakukan pelatihan kepada calon tenaga kerja sebelum mereka bekerja. Sebagian besar tenaga kerja berasal dari wilayah sekitar lokasi usaha. Hal ini dapat mengurangi angka pengangguran bagi desa tersebut.

Biaya investasi yang dilakukan untuk usaha penjualan log jamur tiram terdiri dari lahan, bangunan pembuatan log, bangunan pekerja, kumbung, oven, sekop, cangkul, selang air, ayakan, sekop kecil, sepatu boot, timbangan 10 kg, roly, termometer, kipas angin, ember, instalasi air, dan instalasi listrik. Dana investasi yang dikeluarkan untuk usaha ini mencapai Rp 700.590.000. Adapun rincian penggunaan biaya investasi ini dapat dilihat pada Tabel 3.2.<sup>97</sup>

**Tabel 3.3. Biaya Investasi, Nilai Sisa, dan Penyusutan**

No	Uraian	Umur Ekonomis (Tahun)	Harga Satuan (Rp)	Nilai Investasi (Rp)	Nilai Sisa (Rp)	Penyusutan (Rp)
1.	Lahan 2000 m2		300.000	600.000.000	600.000.000	0
2.	Bangunan Produksi Log	10	27.000.000	27.000.000	13.500.000	2.700.000
3.	Kumbung	5	52.000.000	52.000.000	0	10.400.000
4.	Bangunan Pekerja	10	5.000.000	5.000.000	2.500.000	500.000
5.	Oven	5	8.340.000	8.340.000	0	1.668.000
6.	Sekop	3	65.000	325.000	108.333,33	108.333,33
7.	Cangkul	3	40.000	80.000	26.666,67	26.666,67
8.	Selang air	5	240.000	240.000	0	48.000
9.	Ayakan	2	50.000	100.000	50.000	50.000
10.	Sekop kecil	3	5.000	65.000	21.666,67	21.666,67
11.	Sepatu boot	3	55.000	330.000	110.000	110.000
12.	Timbangan 10 kg	5	150.000	300.000	0	60.000
13.	Rolly	5	450.000	2.250.000	0	450.000

<sup>97</sup> Dokumentasi Usaha Jamur Tiram Gapoktan "Margo Asih"

14.	Termometer	5	100.000	100.000	0	20.000
15.	Kipas angin	5	200.000	400.000	0	80.000
16.	Ember	2	20.000	60.000	30.000	30.000
17.	Instalasi air	10	3.000.000	3.000.000	1.500.000	300.000
18.	Instalasi listrik	10	1.000.000	1.000.000	500.000	100.000
Total				700.590.000	618.346.666,67	16.672.666,67

Reinvestasi atau pergantian barang-barang investasi merupakan biaya yang dikeluarkan usaha setelah barang-barang investasi usaha telah habis umur ekonomisnya. Biaya reinvestasi tepat dikeluarkan setelah secara umur ekonomis barang investasi sudah tidak dapat digunakan secara optimal. Biaya reinvestasi ini dikeluarkan pada tahun yang berbeda-beda. Pada tahun kedua tidak ada biaya reinvestasi. Pada tahun ketiga dan kelima ada biaya reinvestasi sebesar Rp 160.000 untuk keperluan ember dan ayakan. Pada tahun keempat biaya reinvestasi yang dikeluarkan sebesar Rp 800.000 untuk keperluan sekop, sekop kecil, cangkul, dan sepatu boot.

### **C. Praktik Pelaksanaan dan Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram di Kelurahan Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang**

#### **1. Praktik Pelaksanaan Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram di Kelurahan Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang**

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan melalui wawancara dan pengumpulan dokumentasi Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”, peneliti mengolah data yang diperoleh dari lapangan dengan jumlah yang cukup banyak. Oleh karena itu peneliti merangkum hasil wawancara, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema, dan polanya. Hasilnya, bahwa ada empat karakteristik yang terdapat pada manajemen pemasaran Gapoktan Margo Asih Desa Gondoriyo yang juga merupakan prinsip pemasaran syariah :

##### **1. Ketuhanan (*rabbaniyyah*)**

Hasil wawancara dengan Bapak Purnomo (Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), peneliti mendapat keterangan dan penjelasan sebagai berikut:

“Para pengurus dan anggota Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” dalam menerapkan menjalankan usahanya memiliki karakteristik yang Islami, yaitu tidak hanya melihat segi ke duniaan saja, tapi juga kita selalu ingat pada Tuhan bahwa setiap orang yang menjalankan usahanya sah-sah saja menggunakan berbagai strategi pemasaran tapi harus diingat peraturan Tuhan tidak boleh diabaikan. Walaupun kita tidak mampu melihat Tuhan, tapi Tuhan selalu mengawasi kita. Di sini berarti kita sebagai para pengurus dan anggota harus amanah dengan selalu menerapkan sifat-sifat Rasulullah SAW: seperti, *siddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*”.<sup>98</sup>

Keterangan Bapak Purnomo di atas dikuatkan pula oleh penuturan Bapak Samudi (Wakil Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih):

“Para pengurus Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” selalu memberikan siraman rohani, minimal satu minggu satu kali, dan di setiap acara tersebut, kita selalu menanamkan kepada para pengurus, pelaksana dan anggota untuk memiliki keyakinan dengan istilah yang populer yaitu *ihsan*. Kata *ihsan* secara sederhana dapat diartikan yaitu seseorang yang menyembah Allah seolah-olah ia melihat-Nya, dan jika ia tidak mampu membayangkan melihat-Nya, maka orang tersebut membayangkan bahwa sesungguhnya Allah melihat perbuatannya. Kalau sudah punya keyakinan seperti itu, maka bisnis Jamur Tiram akan memiliki kepercayaan dari konsumen, karena jika para pengurus selalu mengingatkannya maka akan berlaku jujur karena Allah SWT selalu melihat hambanya.”<sup>99</sup>

## 2. Etis (akhlaqiyah)

Ibu Zumro’ah (Seksi pemasaran) menuturkan

“Didirikannya Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”, bagi saya pribadi, segenap pengurus, anggota dan masyarakat Desa Gondoriyo di sini harus menanamkan nilai-nilai akhlaq al-karimah. Kuncinya adalah akhlak karena Nabi Muhammad SAW diutus ke muka bumi adalah untuk menyempurnakan akhlak. Nah semoga Gapoktan “Margo Asih” dapat memberi sumbangsih akhlaq, khususnya pada para pebisnis jamur tiram”.<sup>100</sup>

## 3. Realistis (*al-waqi’iyah*)

Peneliti dalam hal ini mewawancarai juga ibu Ika selaku anggota Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih, jawabannya sebagai berikut:

---

<sup>98</sup> Wawancara dengan Bapak Purnomo (Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 26 April 2019 (Jam 9.00 WIB)

<sup>99</sup> Wawancara dengan Bapak Samudi (Wakil Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 27 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).

<sup>100</sup> Wawancara dengan ibu Zumro’ah (Seksi pemasaran Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 27 April 2019 (Jam 9. 15 WIB).

“Setahu saya dari omongan beberapa pembeli dan lingkungan masyarakat di sini, para pengurus, anggota, dan warga/petani Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih bicara kualitas dan harga apa adanya. Sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada agar barangnya laku. Mereka semua sangat ramah pada pembeli, dan ya boleh dibilang jujur, dan realistis, tidak lari dari kenyataan. Kita tidak anti model-model dan gaya-gaya strategi pemasaran konsep Barat sepanjang tidak bertentangan dengan hukum Islam, yang baiknya kita ambil, yang buruknya kita tangkal, termasuk dalam berbusana”.<sup>101</sup>

#### 4. Humanistis (*insaniyyah*)

Penuturan dari Ibu Fitriyah, (sekretaris 1 Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”) sebagai berikut:

“Para pengurus Gapoktan “Margo Asih” termasuk anggota dan seluruh aktivitas di Gapoktan “Margo Asih” ini harus berpegang teguh pada Humanistis atau *al-insaniyah* yang artinya berperikemanusiaan, hormat menghormati sesama, terlebih lagi dengan pembeli harus dianggap sebagai raja.<sup>102</sup>

## 2. Manajemen Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram di Kelurahan Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang

Menurut KH. Ahmad Kamuli, “Di sini jamur tiram sudah berkembang lama, dan selama ini, jika ada pembeli bayar tangguh tidak kena bunga”.<sup>103</sup> Pernyataan KH. Kamuli diperkuat pula oleh penjelasan K.H. Samuji bahwa “bagi konsumen jamur tiram yang berhutang, kita tidak menaikan harga meskipun konsumen tidak *cash*, yang penting cepat bayar”.<sup>104</sup> Penuturan dari K. Ropi’i, “sebagai Kyai dan yang dituakan di sini, saya sering berpesan pada para pengurus Usaha Jamur Tiram Gapoktan

---

<sup>101</sup> Wawancara dengan ibu Ika selaku anggota Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih, tanggal 28 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).

<sup>102</sup> Wawancara dengan ibu Fitriyah, (sekretaris 1 Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”), tanggal 28 April 2019 (Jam 11.20 WIB).

<sup>103</sup> Wawancara dengan KH. Ahmad Kamuli (Warga Desa Gondoriyo), Tanggal 26 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).

<sup>104</sup> Wawancara dengan K.H. Samuji (Warga Desa Gondoriyo), Tanggal 26 April 2019 (Jam 9. 15 WIB).

“Margo Asih” jangan sampai bisnis jamur tiram campur riba. Unsur agama dan kemanusiaan harus tetap terjaga.<sup>105</sup>

Keterangan dari Bapak Samin (Tokoh masyarakat Desa Gondoriyo) menerangkan pada peneliti bahwa “mencari bisnis yang haram itu mudah, tapi mencari yang halal itu banyak onak durinya, namun alhamdulillah warga petani jamur tiram Desa Gondoriyo tahan dari godaan. Kita pegang prinsip halal, harta barokah, bisnis yang berpegang pada al-Qur’an dan al-Hadis.<sup>106</sup> Menurut Ibu Suparmi (Petani Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo) “warga di desa ini agamis, agama/ajaran Islam dan hukum-hukumnya diamalkan dalam praktek bisnis jamur tiram”.<sup>107</sup> Demikian pula jawaban Ibu Nur Hidayah (Petani Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo) “Bagi kami untung sedikit ega masalah, asalkan halal dan berkah.<sup>108</sup>

---

<sup>105</sup> Wawancara dengan K. Ropi’i (Warga Desa Gondoriyo), Tanggal 27 April 2019 (Jam 11.20 WIB).

<sup>106</sup> Wawancara dengan Bapak Samin (Tokoh masyarakat Desa Gondoriyo), tanggal 27 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).

<sup>107</sup> Wawancara dengan Ibu Suparmi (Petani Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo), tanggal 28 April 2019 (Jam 11.20 WIB).

<sup>108</sup> Wawancara dengan Ibu Nur Hidayah (Petani Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo), tanggal 28 April 2019 (Jam 9. 15 WIB).

## **BAB IV**

### **ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA JAMUR TIRAM**

#### **A. Penyiapan Media Pembuatan Jamur Tiram**

Rangkaian kegiatan proses usaha jamur tiram yang dilakukan oleh pelaku usaha jamur tiram dari penyiapan media sampai pasca panen di Kelurahan Gondoriyo adalah sebagai berikut:

##### **8) Pembuatan Media Tanam**

###### **a. Persiapan**

Dalam melakukan budidaya jamur tiram dengan menggunakan serbuk kayu sebagai komposisi utama untuk media tumbuh. Serbuk kayu yang biasa digunakan dalam kegiatan budidaya jamur tiram adalah berasal dari serbuk gergaji kayu sengon (*Parasientes falcataria*). Semua bahan-bahan pembuat media tanam disiapkan sesuai dengan kebutuhan dan komposisi yang sesuai.

###### **b. Pengayakan**

Serbuk kayu yang akan digunakan sebagai media tanam jamur tiram disaring dengan menggunakan ayakan untuk mendapatkan serbuk kayu yang halus dan seragam. Pengayakan dilakukan untuk mendapatkan kepadatan tertentu tanpa ada kerusakan plastik dan mendapatkan tingkat pertumbuhan miselium yang merata.

###### **c. Pencampuran**

Serbuk kayu yang telah halus dicampur dengan dedak, kapur, jagung, dan gips. Komposisi pencampuran ini terdiri dari dedak 10%, kapur 2%, jagung 4%, dan gips 1%. Dedak dan jagung berfungsi sebagai nutrisi yang baik untuk pertumbuhan miselium jamur tiram.

Kapur berfungsi sebagai penetral keasaman dengan mengontrol pH tetap stabil pada proses pemeraman dan gips berfungsi menguatkan kepadatan baglog. Setelah bahan dicampur hingga merata, ditambah air secukupnya. Penambahan air dilakukan sampai campuran tidak hancur

saat digenggam dan tidak mengeluarkan air.

d. Pemeraman/Pengomposan

Pemeraman merupakan kegiatan menimbun campuran media tanam selama satu malam dengan cara menutupnya secara rapat menggunakan terpal. Proses ini dilakukan untuk fermentasi sehingga kandungan yang terdapat dalam media tersebut terurai menjadi senyawa sederhana yang mudah dicerna oleh jamur. Penguraian tersebut terjadi dengan bantuan mikroba agar diperoleh senyawa-senyawa yang lebih sederhana, sehingga lebih mudah dicerna oleh jamur.

e. Pengisian Media ke Kantong Plastik (Baglog)

Media produksi dimasukkan ke dalam plastik polipropilen ukuran 17x35 cm dengan kepadatan tertentu agar miselium jamur dapat tumbuh maksimal dan menghasilkan panen yang optimal. Media dipadatkan sampai memiliki bobot sekitar 1,2 kg.

f. Sterilisasi

Sterilisasi adalah proses yang dilakukan untuk mematikan mikroba baik bakteri, kapang, maupun khamir yang dapat mengganggu pertumbuhan jamur yang ditanam. Sterilisasi dilakukan dengan memasukkan baglog ke dalam oven pengukusan hingga suhu 90-100 0C.

g. Pendinginan

Proses pendinginan merupakan upaya menurunkan suhu media tanam setelah disterilkan agar bibit jamur yang akan dimasukan ke dalam baglog tidak mati. Pendinginan dilakukan selama semalam sebelum dilakukan inokulasi.

9) Inokulasi Bibit (Penanaman)

Inokulasi merupakan proses kegiatan pemindahan sejumlah kecil miselium jamur tiram dari biakan induk ke dalam media tanam yang telah disediakan. Satu log bibit dapat digunakan untuk 40 log jamur budidaya. Inokulasi dilakukan dalam ruangan yang bersih dan steril agar tidak terjadi kontaminasi yang dapat membuat pertumbuhan jamur menjadi tidak baik.

Setelah diberi bibit, baglog ditutup dengan menggunakan koran, ring bambu, dan karet.

#### 10) Inkubasi

Inkubasi merupakan proses menempatkan media tanam yang telah diinokulasi pada kondisi ruang tertentu agar miselium jamur tiram tumbuh. Pelaku usaha umumnya tidak memiliki kumbung inkubasi khusus.

#### 11) Pemeliharaan

Setelah baglog berwarna putih merata, jamur tiram akan mulai tumbuh sehingga sumbatan koran pada baglog harus dibuka. Kelembaban udara diatur sekitar 90 persen agar media tidak mengering. Kelembaban udara dapat dijaga dengan melakukan penyiraman. Penyiraman dilakukan tiga kali dalam sehari jika cuaca panas, sedangkan saat musim penghujan penyiraman dapat tidak dilakukan sama sekali sampai satu atau dua kali penyiraman selama sehari.

#### 12) Pengendalian Hama dan Penyakit

Kegiatan pengendalian hama dan penyakit dilakukan untuk mengkoordinasikan baglog dan tubuh buah yang bebas dari organisme pengganggu dengan tujuan untuk menghindari kegagalan panen yang diakibatkan oleh serangan hama, penyakit, dan cendawan pengganggu.

#### 13) Panen

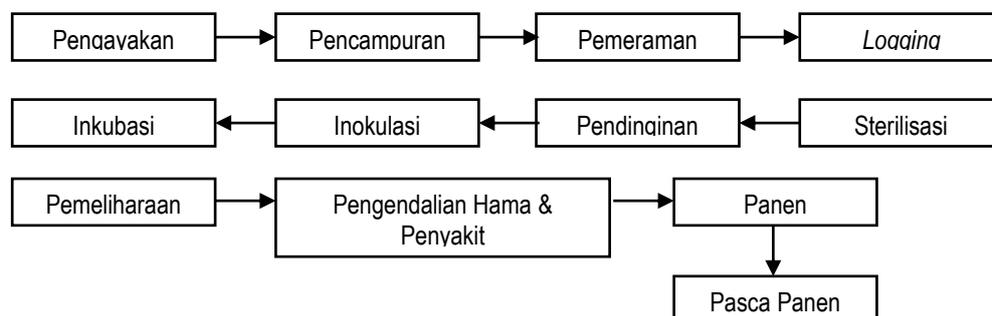
Panen dilakukan setelah pertumbuhan jamur mencapai tingkat optimal, yaitu cukup besar tetapi belum maksimal. Panen jamur dilakukan dengan cara mencabut seluruh jamur hingga bagian pangkal jamur yang terdapat pada baglog. Bagian lubang baglog harus bersih dari sisa jamur yang lama agar tidak terjadi pembusukan yang dapat menghambat pembentukan jamur baru. Panen dilakukan pada pagi hari dan didiamkan sekitar satu jam untuk mengurangi kadar air dalam jamur. Hal tersebut dilakukan agar jamur tidak mudah rusak saat pengemasan. Satu baglog jamur dapat dipanen sebanyak lima kali dengan waktu antar panen

berkisar antara 12-14 hari.<sup>109</sup>

#### 14) Pasca Panen

Kegiatan pasca panen yang dilakukan berupa membersihkan jamur dari kotoran dan memotong akar jamur yang kotor dengan menggunakan cutter. Jamur yang telah bersih ditimbang dan dikemas dalam kantong plastik dengan kapasitas 5 kg.

Pelaku usaha yang menjual log jamur tiram hanya memiliki kegiatan produksi sampai proses inkubasi, pelaku usaha yang hanya melakukan budidaya jamur tiram kegiatan produksi dimulai pada tahap inkubasi, dan pelaku usaha yang membuat log serta budidaya jamur tiram memiliki kegiatan mulai dari pembuatan media tanam sampai pemanenan dan pasca panen.



**Gambar 41: Proses Penyiapan Jamur tiram Sampai Pasca Panen**

### **B. Analisis Praktik Pelaksanaan Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram di Kelurahan Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang**

Aspek pengembangan usaha melalui pemasaran merupakan aspek penting bagi Gapoktan Margo Asih, karena merupakan tujuan akhir dari aktivitas di Gapoktan Margo Asih. Aspek pengembangan usaha pemasaran mendapat perhatian yang sangat khusus, sehingga jangan sampai dalam aspek ini menemui hambatan. Besar kecilnya komoditi yang dihasilkan sangat

<sup>109</sup> Data Dari buku Monografi Desa Gondoriyo Tahun 2018.

tergantung dengan aspek ini. Gapoktan Margo Asih berusaha melihat celah di pasar, agar penjualan menjadi maksimal. Melihat perkembangan minat masyarakat menjadi salah satu parameter dalam mengukur aspek pengembangan usaha pemasaran ini. Tolok ukurnya adalah di mana permintaan di suatu tempat banyak, maka Gapoktan Margo Asih berusaha untuk memenuhinya.

Dalam menjalankan pengembangan usaha pemasaran, Gapoktan Margo Asih membentuk wadah koperasi sendiri yang khusus menampung dan mendistribusikan komoditi, serta menjalin kerjasama dengan para pedagang di wilayah yang telah ditentukan. Gapoktan Margo Asih berharap dengan cara seperti ini, akan memudahkan pemasaran tanpa mengesampingkan tujuan-tujuan ekonomi. Dengan menjalin kerjasama dengan para pedagang, Gapoktan Margo Asih berharap dapat memaksimalkan distribusi dan penjualan tanpa mengeluarkan biaya operasional yang besar.

Para pedagang yang terjalin kerjasama dengan Gapoktan Margo Asih akan dibina, bagaimana memaksimalkan penjualan jamur tiram ini, seperti mengelola stok, menjajakan, mempromosikan, serta mengkalkulasi keuntungan yang didapat. Gapoktan Margo Asih berharap dengan pembinaan ini akan menambah ikatan kekeluargaan dengan para pedagang, dan itu akan terus dilakukan sesuai dengan periode yang dijadwalkan. Para pedagang dapat menyampaikan usul maupun keluhan selama menjalankannya.

Selain itu dengan adanya jalinan kerjasama ini, Gapoktan Margo Asih dapat memantau trend permintaan jamur tiram dari waktu ke waktu. Hal tersebut penting sebab Gapoktan Margo Asih memandang perlu adanya standar yang diterapkan dalam aspek pemasaran ini. Gapoktan Margo Asih memandang bahwa jumlah jamur tiram yang beredar di pasar ada batas maksimalnya. Apabila hal tersebut terlampaui, maka dikhawatirkan akan terjadi sesuatu yang tidak diinginkan, yaitu jumlah komoditi jamur tiram yang beredar di pasaran melebihi jumlah permintaan. Sehingga :

1. Banyak stok jamur tiram tidak terpakai/terjual ke tangan konsumen. Hal ini menyebabkan stok jamur tiram yang ada akan berkurang tingkat kesegarannya, akibatnya jika untuk dijual kembali pada hari berikutnya sudah tidak layak. Kalaupun terjual, maka harganya akan jatuh. Bila hal ini diindahkan, maka berapa banyak jamur tiram yang sudah tidak layak terjual menjadi sampah, rasanya sia-sia usaha yang telah dilakukan para petani jamur serta berapa banyak biaya produksi yang terbuang sia-sia. Sungguh Gapoktan Margo Asih tidak menginginkan ini terjadi karena ini adalah sesuatu hal yang mubazir.
2. Popularitas jamur tiram akan menurun. Selama ini stok jamur tiram yang ada di pasaran terus dijaga agar jangan sampai ada sisa stok yang terlalu banyak. Jika banyak yang tidak terjual, maka dimana-mana yang terlihat adalah tumpukan jamur tiram yang sudah tidak segar di pasaran karena stok yang terlalu banyak, akibatnya dikhawatirkan adalah bahwa jamur tiram terkesan kurang laku di mata konsumen, sehingga *image* jamur tiram di mata konsumen akan menurun popularitasnya. Padahal mereka tidak tahu bahwa jamur tiram memiliki banyak fungsi dan khasiat.
3. Harga jamur tiram menjadi tidak terkendali. Apabila stok jamur tiram terlalu berlimpah di pasaran, sedangkan permintaan tidak bisa memenuhinya, akibatnya adalah harga jamur tiram akan jatuh. Jelas saja harganya akan semakin jatuh karena para pedagang berusaha menjual jamur tiramnya sesegera mungkin. Mereka takut jika menunggu hari berikutnya, jamur tersebut sudah tidak layak jual karena tingkat kesegarannya sudah berkurang.

Gapoktan Margo Asih dalam menjalankan usahanya tidak ingin mengutamakan keuntungan sepihak. Meskipun mereka mampu memproduksi jamur dalam jumlah banyak, tidak serta merta mereka harus membujuk para pedagang harus stok jamur sebanyak mungkin. Padahal bisa saja Gapoktan Margo Asih melakukan hal tersebut kalau demi keuntungan, namun itu tidak sesuai dengan syariat Islam. Firman Allah SWT :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِيحَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء: 29)

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS. an-Nisa': 29).<sup>110</sup>

Firman Allah SWT :

مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا  
وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ (الشورى: 20)

Barang siapa yang menghendaki keuntungan di akhirat akan kami tambah keuntungan itu baginya dan barang siapa yang menghendaki keuntungan di dunia kami berikan kepadanya sebagian dari keuntungan dunia dan tidak ada baginya suatu bahagianpun di akhirat (QS. Asy-Syura: 20).<sup>111</sup>

Selain itu, Gapoktan Margo Asih menganggap jika hal-hal tersebut terjadi maka akan mubazir karena banyaknya stok jamur yang terbuang di pasaran, sedangkan mubazir dilarang. Sesuai dengan firman Allah SWT :

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا (الإسراء: 27)

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah Saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (QS. Al-Israa : 27).<sup>112</sup>

Sebagai antisipasi mendukung langkah tersebut di atas, Gapoktan Margo Asih melakukan promosi, yang merupakan kegiatan memperkenalkan produk yang dihasilkan. Bagi Gapoktan Margo Asih, promosi ini penting dilakukan karena diharapkan akan memaksimalkan penjualan. Promosi yang dilakukan di sini hanya sebatas memberikan informasi yang padat dan jelas di mana pun jamur tersebut di jual. Seperti di pasar. Setiap pedagang yang telah menjalin kerjasama dengan Gapoktan Margo Asih akan diberikan media

<sup>110</sup> Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surabaya: Surya Cipta Aksara, 2010, h. 123.

<sup>111</sup> *Ibid.*, h. 783

<sup>112</sup> *Ibid.*, h. 424

promosi berupa spanduk dan master brosur. Media promosi ini menjelaskan tentang apa itu jamur tiram, fungsi dan khasiatnya. Media promosi ini penting agar konsumen yang belum tahu menjadi tahu serta bagi yang sudah tahu akan semakin tertarik membelinya. Informasi yang tertulis di media promosi ini sifatnya padat dan jelas, hanya menyampaikan hal-hal yang penting saja yang umumnya mudah dimengerti. Apabila membutuhkan informasi yang lebih lanjut, di media promosi tersebut telah disertakan *link online* yang bisa diakses menggunakan internet. Dengan cara tersebut di atas, diharapkan minat konsumen akan semakin tinggi sehingga akan meningkatkan penjualan jamur tiram.

Gapoktan Margo Asih berprinsip bahwa dalam berbisnis harus diimbangi dengan syiar. Salah satunya adalah dengan cara menyampaikan amanah. Dengan berpromosi, maka sudah termasuk dalam menyampaikan amanah. Karena sesuai dengan firman Allah SWT :

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا... (النساء: 58)

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya. (QS. An-Nisa': 58).<sup>113</sup>

Amanah yang disampaikan di sini menyampaikan kepada calon konsumen bahwa jamur tiram yang dijual adalah hasil komoditi dari Gapoktan Margo Asih yang mengandung banyak fungsi dan khasiat yang sudah terbukti di tengah masyarakat, tanpa embel-embel informasi yang menyesatkan. Bagi Gapoktan Margo Asih, informasi ini harus jujur dan jelas tanpa ada unsur penipuan karena rejeki yang barokah adalah rejeki yang diridhoi oleh Allah SWT. Firman Allah SWT :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ

مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء: 29)

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu

<sup>113</sup> *Ibid.*, h. 114.

membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS. an-Nisa': 29).<sup>114</sup>

Di dalam mengelola sebuah usaha, pengelolaan usaha yang dilakukan Gapoktan Margo Asih dilandasi oleh norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Penilaian keberhasilan usaha Gapoktan Margo Asih tidak hanya ditentukan oleh peningkatan prestasi ekonomi dan finansial semata, akan tetapi keberhasilan itu diukur pula melalui tolok ukur moralitas dan nilai etika dengan landasan nilai-nilai sosial dalam agama.

Dalam konteks Islam, setidaknya ada empat landasan normatif yang dipresentasikan Gapoktan Margo Asih dalam aksioma etika, yaitu:

#### 1. Landasan tauhid

Makna tauhid dilaksanakan dengan kepercayaan penuh dan murni oleh Gapoktan Margo Asih, serta Gapoktan Margo Asih menetapkan landasan tauhid sebagai landasan filosofi yang dijadikan sebagai pondasi bagi setiap muslim dalam melangkah dan menjalankan fungsi hidupnya, di antaranya adalah fungsi aktivitas ekonomi.

#### 2. Landasan keadilan dan keseimbangan

Landasan keadilan dalam ekonomi dilakukan Gapoktan Margo Asih dengan pembagian manfaat kepada semua komponen dan pihak yang terlibat dalam usaha jamur tiram. Landasan kesejajaran berkaitan dengan kewajiban terjadinya perputaran kekayaan pada semua anggota dengan adil demi mencegah terjadinya konsentrasi ekonomi hanya pada segelintir orang.

#### 3. Landasan kehendak bebas

Memiliki kehendak bebas, yakni potensi untuk menentukan pilihan yang beragam. Kebebasan manusia tidak dibatasi, maka Gapoktan Margo Asih memiliki kebebasan pula untuk menentukan pilihan yang salah ataupun yang benar. Oleh karena itu kebebasan yang dilakukan Gapoktan Margo Asih untuk melakukan bisnis budidaya jamur tiram dilakukan dengan cara-cara yang benar, adil, dan mendatangkan manfaat bagi masyarakat luas menurut Al-Qur'an dan Sunah Rasul.

---

<sup>114</sup> *Ibid.*, h. 123

#### 4. Landasan pertanggungjawaban

Landasan pertanggungjawaban ini bagi Gapoktan Margo Asih erat kaitannya dengan kebebasan, karena keduanya merupakan pasangan alamiah. Pemberian segala kebebasan usaha yang dilakukan Gapoktan Margo Asih tidak terlepas dari pertanggungjawaban atas apa yang telah dilakukan, terhadap Tuhan, diri sendiri, masyarakat, dan terhadap lingkungan sekitarnya.

Implementasi atau penerapan dari Pemasaran Gapoktan Margo Asih adalah sebagai berikut:

##### 1. Berbisnis cara Nabi Muhammad SAW

Nilai transaksi yang terpenting dalam bisnis budidaya jamur tiram Gapoktan Margo Asih adalah al-amanah (kejujuran). Hal itu merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang yang beriman. Bahkan kejujuran merupakan karakteristik dari para Nabi. Tanpa kejujuran, kehidupan agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak akan berjalan baik.

Ada empat hal yang menjadi *key success factors* (KSF) dalam mengelola strategi pemasaran syariah, yaitu:

- a. Shiddiq (benar dan jujur), jika seorang pengusaha senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kegiatannya, bagi Gapoktan Margo Asih bersifat shiddiq haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam melakukan pemasaran jamur tiram, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya.

Sebagaimana sabda Nabi Muhammad saw berikut ini :

“Dari Hakim bin Hizam r.a. berkata: Rasulullah saw bersabda: Penjual dan pembeli keduanya bebas selama belum berpisah atau sehingga berpisah keduanya, maka jika keduanya benar jujur dan menerangkan /terbuka maka berkat jual beli untuk keduanya, bila menyembunyikan dan dusta dihapus berkat jual beli keduanya”. (Riwayat Al-Bukhari)<sup>11</sup>

- b. Amanah (terpercaya, kredibel), artinya, dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel, juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu

sesuai dengan ketentuan. Di antara nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapi bisnis budidaya jamur tiram Gapoktan Margo Asih adalah amanah.

- c. Fathanah (cerdas), dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pengusaha yang fathanah adalah pengusaha yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.

Dalam bisnis budidaya jamur tiram Gapoktan Margo Asih, implikasi sifat fathanah diterapkan dalam manajemen Gapoktan Margo Asih dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan dari pemasaran, sehingga kebaikan dunia didapatkan sekaligus kebaikan akhirat juga diraih.

- d. Tablig (komunikatif), artinya komunikatif dan argumentatif dengan tutur kata yang tepat dan mudah dipahami. Dalam bisnis budidaya jamur tiram ini, Gapoktan Margo Asih mampu mengomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan stakeholder lainnya. Juga menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong maupun menipu pelanggan.

## 2. Muhammad sebagai Syariah Marketer

Muhammad sebagai seorang pedagang, memberikan contoh yang sangat baik dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau melakukan transaksi-transaksi secara jujur, adil, dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh apalagi kecewa. Beliau selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan. Reputasinya sebagai seorang pedagang yang benar dan jujur dan juga selalu memperlihatkan rasa tanggung jawab terhadap setiap transaksi yang dilakukan.

Gapoktan Margo Asih juga meletakkan prinsip-prinsip dasar dalam melakukan manajemen bisnis budidaya jamur tiram secara adil. Kejujuran dan keterbukaan yang dilakukan Gapoktan Margo Asih dalam melakukan transaksi perdagangan merupakan penerapan Sunah Rosul yang patut

diteladani.

Gapoktan Margo Asih percaya bahwa berbisnis dapat menimbulkan kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga tanpa tergantung atau menjadi beban orang lain.

### 3. Muhammad sebagai pedagang profesional

Dalam transaksi bisnisnya, Muhammad sebagai pedagang profesional tidak ada tawar menawar dan pertengkaran antara Muhammad dengan pelanggannya. Segala permasalahan antara Muhammad dengan pelanggannya selalu diselesaikan dengan adil dan jujur, tetapi tetap meletakkan prinsip-prinsip dasar untuk hubungan dagang yang adil dan jujur.

Hal itulah yang diterapkan oleh Gapoktan Margo Asih dalam manajemen bisnis budidaya jamur tiram. Prinsip jual beli suka sama suka tanpa ada kekurangan yang perlu ditutup-tutupi, diyakini akan mendatangkan rezeki yang barokah.

Dari hasil pengamatan dalam aspek pemasaran ini, penulis menilai bahwa Gapoktan Margo Asih tidak terlihat melanggar syariat Islam karena adanya kerjasama yang dijalin dengan komitmen yang menjadi kesepakatan, dan sampai saat ini belum ada satu pun dari masing-masing pihak yang merasa dirugikan, sehingga penulis menilai bahwa Gapoktan Margo Asih telah memenuhi unsur syariat Islam.

## **C. Analisis Manajemen Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram di Kelurahan Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang**

Strategi yang dilakukan oleh bina usaha usaha jamur tiram Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang ini dapat di analisis dari teori bauran pemasaran 4P yang terdiri atas produk, tempat, harga, dan promosi sebagai berikut:

### 1. Strategi Produk (*Product*)

Produk yang dijual oleh bina usaha usaha jamur tiram Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang terdiri dari jamur tiram putih, bag log siap panen, dan bibit. Jamur tiram putih di panen setiap

periode yaitu tiga bulan. Sementara bag log siap panen di produksi setiap hari. Bibit di produksi ketika ada pesanan atau ketika ingin memproduksi jamur tiram pada periode berikutnya. Produk Bina Usaha Jamur telah memiliki standar mutu pada produknya.

2. Strategi Tempat (*Place*)

Lokasi usaha jamur tiram ini berada di dekat rumah ketua usaha (Bapak Purnomo, Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih). Produksi dilakukan di tempat yang cocok untuk memproduksi jamur tiram yaitu di daerah dengan iklim yang cocok, yaitu Desa Gondoriyo.

3. Strategi Harga (*Price*)

Harga yang ditetapkan berdasarkan pertimbangan biaya produksi, serta harga yang berlaku di pasaran, dan ketersediaan bahan baku utama. Harga yang diberikan kepada konsumen untuk jamur tiram putih yang dijual di pasaran ialah Rp11000 atau Rp12000 per kg. Bibit jamur dijual dengan harga Rp20000 per botol, dan bag log dijual dengan harga Rp1700 hingga Rp1900 per buahnya.

4. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi dilakukan agar citra dan produk perusahaan dapat dikenal oleh calon konsumen. Kegiatan ini merupakan salah satu faktor penting dalam perusahaan guna memperoleh laba yang maksimal. Namun setelah perusahaan semakin berkembang, informasi tentang keberadaan usaha ini menyebar melalui lembaga institusional atau organisasi, misalnya melalui mahasiswa yang melakukan turun lapang, rekan bisnis dan petani jamur lainnya.

Berdasarkan paparan di atas dan hasil wawancara, bahwa manajemen pemasaran Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo ditinjau dari perspektif manajemen pemasaran islami, maka walaupun Gapoktan “Margo Asih” menerapkan teori dan konsep manajemen pemasaran konvensional, namun ternyata menerapkan juga manajemen pemasaran islami yang terdiri dari *pertama*, karakteristik pemasaran islami; *kedua*, etika bisnis islami; *ketiga*, mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW.

*Pertama*, karakteristik pemasaran islami yang diterapkan Gapoktan “Margo Asih” adalah

#### 1. Ketuhanan (*rabbaniyyah*)

Hasil wawancara dengan Bapak Purnomo (Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), peneliti mendapat keterangan dan penjelasan sebagai berikut:

“Para pengurus dan anggota Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” dalam menerapkan menjalankan usahanya memiliki karakteristik yang Islami, yaitu tidak hanya melihat segi ke duniaan saja, tapi juga kita selalu ingat pada Tuhan bahwa setiap orang yang menjalankan usahanya sah-sah saja menggunakan berbagai strategi pemasaran tapi harus di ingat peraturan Tuhan tidak boleh diabaikan. Walaupun kita tidak mampu melihat Tuhan, tapi Tuhan selalu mengawasi kita. Di sini berarti kita sebagai para pengurus dan anggota harus amanah dengan selalu menerapkan sifat-sifat Rasulullah SAW: seperti, *siddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*”.<sup>115</sup>

Keterangan Bapak Purnomo di atas dikuatkan pula oleh penuturan Bapak Samudi (Wakil Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih):

“Para pengurus Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” selalu memberikan siraman rohani, minimal satu minggu satu kali, dan di setiap acara tersebut, kita selalu menanamkan kepada para pengurus, pelaksana dan anggota untuk memiliki keyakinan dengan istilah yang populer yaitu *ihsan*. Kata *ihsan* secara sederhana dapat diartikan yaitu seseorang yang menyembah Allah seolah-olah ia melihat-Nya, dan jika ia tidak mampu membayangkan melihat-Nya, maka orang tersebut membayangkan bahwa sesungguhnya Allah melihat perbuatannya. Kalau sudah punya keyakinan seperti itu, maka bisnis Jamur Tiram akan memiliki kepercayaan dari konsumen, karena jika para pengurus selalu mengingatnya maka akan berlaku jujur karena Allah SWT selalu melihat hambanya.”<sup>116</sup>

Islam dibangun di atas tiga landasan utama, yaitu Iman, Islam, dan Ihsan. Oleh karenanya, seorang muslim hendaknya tidak memandang ihsan itu hanya sebatas akhlak yang utama saja, melainkan harus dipandang sebagai bagian dari akidah dan bagian terbesar dari keislamannya.

Keterangan Bapak Purnomo dan Bapak Samudi menunjukkan bahwa *Theistis* atau ketuhanan atau *rabbaniyah* adalah satu keyakinan yang bulat,

<sup>115</sup> Wawancara dengan Bapak Purnomo (Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 26 April 2019 (Jam 9.00 WIB).

<sup>116</sup> Wawancara dengan Bapak Samudi (Wakil Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 27 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).

bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah SWT. Oleh sebab itu, semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain suka memakan harta orang lain dengan jalan yang batil dan sebagainya. Kondisi tersebut sangat diyakini oleh umat Muslim, sehingga menjadi pegangan hidup, tidak tergoyahkan. Nilai *rabbaniyah* tersebut melekat atau menjadi darah daging dalam pribadi setiap Muslim, sehingga dapat mengerem perbuatan-perbuatan tercela dalam dunia bisnis.

Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius. Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syari'at yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Dalam setiap langkah, aktivitas dan kegiatan yang dilakukan harus selalu menginduk kepada syariat Islam.

Bagi para pengurus Gapoktan Margo Asih meskipun ia tidak mampu melihat Allah, ia akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya. Sehingga ia akan mampu untuk menghindari dari segala macam perbuatan yang menyebabkan orang lain tertipu atas produk-produk yang dijualnya. Sebab seorang syariah marketer akan selalu merasa bahwa setiap perbuatan yang dilakukan akan dihisab.

Sebagaimana ayat dalam Al-Qur'an berikut ini:

Artinya: *Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya.(7) Dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.(8)* (Q.S. Al-Zalzalah: ayat 7-8)

## 2. Etis (akhlaqiyyah)

Ibu Zumro'ah (Seksi pemasaran) menuturkan

“Didirikannya Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”, bagi saya pribadi, segenap pengurus, anggota dan masyarakat Desa Gondoriyo di sini harus menanamkan nilai-nilai akhlaq al-karimah. Kuncinya adalah akhlak karena Nabi Muhammad SAW diutus ke muka bumi adalah untuk menyempurnakan akhlak. Nah semoga Gapoktan “Margo

Asih” dapat memberi sumbangsih akhlaq, khususnya pada para pebisnis jamur tiram”.<sup>117</sup>

Penuturan Ibu Zumro’ah (Seksi pemasaran) mengisyaratkan, etis atau *akhlaqiah* artinya semua perilaku berjalan di atas norma etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati, dan kata hati ini adalah kata yang sebenarnya, "*the will of God*", tidak bisa dibohongi. Seorang penipu yang mengoplos barang, menimbun barang, mengambil harta orang lain dengan jalan yang bathil pasti hati kecilnya berkata lain, tapi karena rayuan setan maka ia tergoda berbuat curang, ini artinya ia melanggar etika, ia tidak menuruti apa kata hati yang sebenarnya. Oleh sebab itu, hal ini menjadi panduan para marketer Islami selalu memelihara setiap tutur kata, perilaku dalam berhubungan bisnis dengan siapa saja, konsumen, penyalur, toko, pemasok ataupun saingannya.

Keistimewaan lain dari syariah marketer adalah mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama apapun, karena hal ini bersifat universal.

### 3. Realistis (*al-waqi’iyyah*)

Peneliti dalam hal ini mewawancarai juga ibu Ika selaku anggota Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih, jawabannya sebagai berikut:

“Setahu saya dari omongan beberapa pembeli dan lingkungan masyarakat di sini, para pengurus, anggota, dan warga/petani Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih bicara kualitas dan harga apa adanya. Sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada agar barangnya laku. Mereka semua sangat ramah pada pembeli, dan ya boleh dibilang jujur, dan realistis, tidak lasri dari kenyataan. Kita tidak anti model-model dan gaya-gaya strategi pemasaran konsep Barat sepanjang tidak bertentangan dengan hukum Islam, yang baiknya kita ambil, yang buruknya kita tangkal, termasuk dalam berbusana”.<sup>118</sup>

---

<sup>117</sup> Wawancara dengan ibu Zumro’ah (Seksi pemasaran Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 27 April 2019 (Jam 9. 15 WIB)

<sup>118</sup> Wawancara dengan ibu Ika selaku anggota Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih, tanggal 28 April 2019 (Jam 10. 15 WIB)

Realistis atau *al-waqiyyah* yang artinya sesuai dengan kenyataan, jangan mengada-ada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membedakan orang, suku, warna kulit. Semua tindakan penuh dengan kejujuran. Bahkan ajaran Rasulullah SAW., tentang sifat realistis ini ialah jika anda menjual barang ada cacatnya, maka katakan kepada calon pembeli, bahwa barang ini ada sedikit cacat. Jika pembeli setelah diberitahu masih tetap ingin memiliki barang tersebut, itu lebih baik. Tidak boleh anda bersumpah, bahwa barang tersebut betul-betul baik dan sempurna, padahal ada cacatnya. Bahan makanan yang basah jangan disimpan di bawah, tapi naikkan ke atas agar dapat dilihat oleh pembeli. Demikian mulianya ajaran Rasulullah SAW., sangat realistis, jangan sekali-kali mengelabui orang.

Pemasaran syariah bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel. Syariah marketer bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa Arab dan mengharamkan dasi. Namun syariah marketer haruslah tetap berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan.

#### 4. Humanistis (*insaniyyah*)

Keistimewaan Rasulullah SAW yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariah Islam adalah syariah humanistis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa memperdulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status. Sehingga pemasaran syariah bersifat universal. Aspek pasar merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam menentukan kelayakan pada suatu usaha. Tidak tersedianya pasar yang baik dalam menyerap produk yang dihasilkan suatu usaha maka usaha tersebut akan sulit untuk berjalan dengan lancar.

Penuturan dari Ibu Fitriyah, (sekretaris 1 Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”) sebagai berikut:

“Para pengurus Gapoktan “Margo Asih” termasuk anggota dan seluruh aktivitas di Gapoktan “Margo Asih” ini harus berpegang teguh pada Humanistis atau *al-insaniyah* yang artinya berperikemanusiaan, hormat menghormati sesama, terlebih lagi dengan pembeli harus dianggap sebagai raja.<sup>119</sup>

Penjelasan Ibu Fitriyah (sekretaris 1 Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”) mengandung arti bahwa Humanistis atau *al-insaniyah* yang artinya berperikemanusiaan, hormat menghormati sesama. Pemasaran berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik. Jangan sampai kegiatan pemasaran malah sebaliknya merusak tatanan hidup di masyarakat, menjadikan kehidupan bermasyarakat terganggu, seperti hidupnya gerombolan hewan, tidak ada aturan dan yang kuat yang berkuasa. Juga dari segi pemasar sendiri, jangan sampai menjadi manusia serakah, mau menguasai segalanya, menindas dan merugikan orang lain.

Apa yang telah diutarakan di atas menunjukkan bahwa Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” telah menerapkan karakteristik pemasaran islami yang terdiri dari *pertama*, Ketuhanan; *kedua*, etis (akhlak); *ketiga*, realistik, *keempat*, humanistik. Hal ini sesuai dengan teori Kertajaya yang dikutip oleh Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa bahwa karakteristik pemasaran islami terdiri dari beberapa unsur yaitu ketuhanan, etis, realistik, dan humanistik.<sup>120</sup>

**Kedua**, etika bisnis islami yang diterapkan Gapoktan “Margo Asih”, peneliti mendapat keterangan dari Wawancara dengan Ibu Kori’ah (selaku Seksi Pemasaran) bahwa manajemen pemasaran bisnis budidaya jamur tiram Tiram Gapoktan “Margo Asih” berlandaskan pada bisnis islami. Kita sangat mengedepankan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual pembeli, sampai dari Allah SWT. Dengan demikian, aktivitas pemasaran

---

<sup>119</sup> Wawancara dengan ibu Fitriyah, (sekretaris 1 Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”), tanggal 28 April 2019 (Jam 11.20 WIB)

<sup>120</sup> Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, h. 350.

harus didasari pada etika. Etika pemasaran dalam hubungannya dengan produk yaitu Produk yang halal dan *thoyyib*, Produk yang berguna dan dibutuhkan, produk yang berpotensi ekonomi, produk yang bernilai tambah yang tinggi, dan produk yang dapat memuaskan masyarakat.<sup>121</sup>

Penuturan Ibu Kori'ah (selaku Seksi Pemasaran) menjadi indikasi bahwa Gapoktan “Margo Asih” Muslim telah menerapkan etika pemasaran dalam konteks produk. Hal ini sebagaimana teori Muhammad dalam bukunya “Etika Bisnis Islami”.<sup>122</sup>

**Ketiga**, mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW yang diterapkan Gapoktan “Margo Asih”. Keterangan dari Ibu Yatimah (Seksi SDM), menurutnya bahwa kita mengacu pada Nabi Muhammad SAW sebagai pemasar yang islami. Oleh karena itu Gapoktan “Margo Asih” ini menggunakan segmentasi dan targetting yang dipraktikkan Nabi Muhammad SAW tatkala ia berdagang ke negara Syam. *Positioning* yang islami, bauran pemasaran yang islami yang di dalamnya meliputi produk, harga, lokasi/distribusi, dan promosi.<sup>123</sup>

Dengan demikian Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” telah menerapkan praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW. Hal ini sesuai dengan pendapat Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa dalam bukunya “Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Islam dalam Bisnis Kontemporer”.<sup>124</sup>

Menurut KH. Ahmad Kamuli, “Di sini jamur tiram sudah berkembang lama, dan selama ini, jika ada pembeli bayar tangguh tidak kena bunga”.<sup>125</sup> Pernyataan KH. Kamuli diperkuat pula oleh penjelasan K.H. Samuji bahwa “bagi konsumen jamur tiram yang berhutang, kita tidak

---

<sup>121</sup> Wawancara dengan Ibu Kori'ah (selaku Seksi Pemasaran), tanggal 12 Juli 2015 (Jam 11.20 WIB).

<sup>122</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001, h. 101.

<sup>123</sup> Wawancara dengan Ibu Yatimah (Seksi SDM), tanggal 26 Juli 2015 (Jam 2. 10 menit Wib).

<sup>124</sup> Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, h. 358 – 361.

<sup>125</sup> Wawancara dengan KH. Ahmad Kamuli (Warga Desa Gondoriyo), Tanggal Tanggal 26 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).

menaikan harga meskipun konsumen tidak *cash*, yang penting cepat bayar”.<sup>126</sup> Penuturan dari K. Ropi’i, “sebagai Kyai dan yang dituakan di sini, saya sering berpesan pada para pengurus Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” jangan sampai bisnis jamur tiram campur tipu muslihat. Unsur agama dan kemanusiaan harus tetap terjaga.”<sup>127</sup>

Keterangan dari Bapak Samin (Tokoh masyarakat Desa Gondoriyo) menerangkan pada peneliti bahwa “mencari bisnis yang tipu menipu itu mudah, tapi mencari yang bisa mendatangkan kepercayaan konsumen itu banyak onak durinya, namun alhamdulillah warga petani jamur tiram Desa Gondoriyo tahan dari godaan. Kita pegang prinsip jujur, transfaran, bisnis yang berpegang pada al-Qur’an dan al-Hadis.”<sup>128</sup> Menurut Ibu Suparmi (Petani Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo) “warga di desa ini agamis, agama/ajaran Islam diamalkan dalam praktek bisnis jamur tiram”.<sup>129</sup> Demikian pula jawaban Ibu Nur Hidayah (Petani Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo) “Bagi kami untung sedikit ega masalah, asalkan konsumen puas dan percaya dengan apa adanya.”<sup>130</sup>

Berdasarkan paparan di atas, maka jelaslah bahwa pembangunan pertanian di bidang pangan khususnya hortikultura pada saat ini ditujukan untuk lebih memantapkan swasembada pangan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperbaiki keadaan gizi melalui penganekaragaman jenis bahan makanan. Konsumsi terhadap produk hortikultura terus meningkat sejalan dengan bertambahnya jumlah penduduk, peningkatan pendapatan dan peningkatan pengetahuan masyarakat tentang gizi dan kesehatan. Hal ini merupakan alasan bahwa pertanian hortikultura sudah saatnya mendapatkan perhatian yang serius terutama menyangkut aspek produksi dan sistem pemasarannya.<sup>131</sup>

Jamur merupakan salah satu jenis produk hortikultura yang dapat dikembangkan dan diarahkan untuk dapat memperbaiki keadaan gizi pangan yang memiliki manfaat baik

---

<sup>126</sup> Wawancara dengan K.H. Samuji (Warga Desa Gondoriyo), Tanggal 26 April 2019 (Jam 9. 15 WIB).

<sup>127</sup> Wawancara dengan K. Ropi’i (Warga Desa Gondoriyo), Tanggal 27 April 2019 (Jam 11.20 WIB)

<sup>128</sup> Wawancara dengan Bapak Samin (Tokoh masyarakat Desa Gondoriyo), tanggal 27 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).

<sup>129</sup> Wawancara dengan Ibu Suparmi (Petani Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo), tanggal 28 April 2019 (Jam 11.20 WIB).

<sup>130</sup> Wawancara dengan Ibu Nur Hidayah (Petani Gapoktan “Margo Asih” Desa Gondoriyo), tanggal 28 April 2019 (Jam 9. 15 WIB).

<sup>131</sup> Dadang Adi Kusuma dkk, “Analisis Efisiensi Pemasaran Baglog dan Jamur Tiram Putih pada UD Aroma Jamur di Kabupaten Lumajang *The Efficiency of Marketing Analysis Baglog and White Oyster Mushrooms at UD Aroma Jamur Lumajang*”, *Jurnal JSEP* Vol 11 No. 1 Maret 2018, h. 9.

untuk kesehatan dan merupakan komoditas pertanian organik, karena dalam proses penanaman jamur tidak menggunakan pupuk buatan atau bahan kimia. Keunggulan tersebut menjadikan jamur menjadi salah satu pilihan makanan yang semakin populer di masyarakat. Permintaan terhadap jamur tiram dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan tingginya permintaan jamur tiram memberikan pengaruh positif akan kebutuhan bibit maupun media tanam jamur tiram, hal ini dikarenakan bibit maupun media tanam merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan dalam budidaya jamur tiram. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa usaha media tanam jamur tiram memiliki prospek yang cerah.

Pengembangan usaha di bidang hortikultura merupakan salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan kontribusi sektor pertanian. Hal ini dipertimbangkan karena hortikultura merupakan sumber pertumbuhan ekonomi yang masih potensial dan belum sepenuhnya dimanfaatkan. Pengembangan komoditas hortikultura merupakan penggerak program diversifikasi, ekstensifikasi, intensifikasi, dan rehabilitasi pertanian yang merupakan inti dari kegiatan pembangunan pertanian. Salah satu komoditas hortikultura dari kelompok sayuran yang potensial untuk dikembangkan dan memiliki prospek sangat potensial untuk dikembangkan adalah jamur.<sup>132</sup>

Keberadaan jamur sebagai salah satu jenis bahan pangan telah cukup lama dikenal oleh masyarakat di Indonesia sebagai salah satu bahan pangan yang memiliki manfaat baik untuk kesehatan. Jamur memiliki kandungan protein nabati yang tinggi, karbohidrat yang sebanding, serta kandungan lemak yang lebih rendah dari daging namun sebanding dengan sayur-sayuran lain. Dengan demikian, jamur merupakan pilihan tepat untuk dikonsumsi sebagai alternatif menu makanan sehat. Jamur tiram sebagai salah satu jenis jamur yang dibudidayakan memiliki beberapa keunggulan dibandingkan jenis jamur lainnya.

Beberapa keunggulan jamur tiram adalah: (a) budidaya jamur tiram dapat berlangsung sepanjang tahun, menjadikan produksi jamur tiram yang terus menerus, (b) budidaya jamur tiram dapat dilaksanakan dalam areal yang relatif sempit, sehingga menjadi alternatif yang baik untuk memanfaatkan lahan pekarangan, (c) budidaya jamur tiram menggunakan bahan baku serbuk kayu yang mudah diperoleh, (d) tingkat kesulitan budidaya yang relatif lebih mudah dibandingkan jenis jamur lainnya, (e) jamur tiram memiliki masa produksi hingga masa panen yang paling cepat diantara jamur-jamur lain, dan (f) jamur tiram memiliki tingkat harga jual yang relatif baik dan stabil dibandingkan jamur-jamur lain.

---

<sup>132</sup> Erpan Hermawan, "Strategi Pemasaran Jamur Tiram (Studi Kasus Pada Perusahaan Margi Mulyo di Desa Adimulya Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap)", *Jurnal Ilmiah Agroinfo Galuh* Volume 4 Nomor 3, September 2017, h. 339

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dari bab pertama sampai dengan bab keempat dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut :

1. Praktik pelaksanaan pengembangan usaha pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang sebagai berikut: dalam menjalankan pengembangan usaha pemasaran, Gapoktan Margo Asih membentuk wadah koperasi sendiri yang khusus menampung dan mendistribusikan komoditi, serta menjalin kerjasama dengan para pedagang di wilayah yang telah ditentukan. Gapoktan Margo Asih berharap dengan cara seperti ini, akan memudahkan pemasaran tanpa mengesampingkan tujuan-tujuan ekonomi. Dengan menjalin kerjasama dengan para pedagang, Gapoktan Margo Asih berharap dapat memaksimalkan distribusi dan penjualan tanpa mengeluarkan biaya operasional yang besar. Para pedagang yang terjalin kerjasama dengan Gapoktan Margo Asih akan dibina, bagaimana memaksimalkan penjualan jamur tiram ini, seperti mengelola stok, menjajakan, mempromosikan, serta mengkalkulasi keuntungan yang didapat. Gapoktan Margo Asih berharap dengan pembinaan ini akan menambah ikatan kekeluargaan dengan para pedagang, dan itu akan terus dilakukan sesuai dengan periode yang dijadwalkan. Para pedagang dapat menyampaikan usul maupun keluhan selama menjalankannya.
2. Strategi pengembangan usaha pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang ada empat karakteristik yang terdapat pada manajemen pemasaran Gapoktan Margo Asih yang juga merupakan prinsip pemasaran syariah:
  - a. Ketuhanan (rabbaniyah)

Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang

religius.

b. Etis (akhlaqiyyah)

Manajemen Pemasaran Gapoktan Margo Asih sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama apapun, karena hal ini bersifat universal.

c. Realistis (al-waqi'iyyah)

Manajemen Pemasaran Gapoktan Margo Asih bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel.

d. Humanistis (insaniyyah)

Manajemen Pemasaran Gapoktan Margo Asih bersifat kemanusiaan dan universal. Hal ini merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam menentukan kelayakan pada suatu usaha.

## **B. Saran**

Berdasar hasil pengamatan dan pertimbangan yang penulis lakukan dari kajian di atas, ada beberapa saran yang mungkin menjadi masukan yang berguna bagi budidaya jamur tiram Margo Asih, yaitu :

1. Dalam aspek produksi jamur tiram yang dibudidayakan oleh Gapoktan Margo Asih sudah cukup bagus karena melibatkan unsur-unsur yang efektif, yaitu lahan pertanian yang kosong namun potensial, peralatan produksi yang alami, dan tenaga kerja handal yang memiliki pengetahuan yang mumpuni. Namun sayangnya, kapasitas produksi yang ada selama ini tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Aspek produksi pada budidaya jamur tiram Gapoktan Margo Asih tergolong primitif dan tradisional. Dengan kapasitas produksi yang sedikit mungkin masih cocok dan efisien, namun untuk kapasitas yang lebih dari itu mungkin perlu ditingkatkan ke taraf yang lebih modern dengan peralatan dan perlengkapan yang sesuai. Apabila Gapoktan margo Asih bertahan dengan gaya produksi sekarang, maka kebutuhan akan tenaga kerja akan lebih besar, dampaknya adalah manajemen sumber daya manusia akan lebih sulit dikelola di kemudian hari,

akibatnya akan meningkatkan *cost* produksi dan efisiensi produksi akan berkurang. Seharusnya aspek produksi dikembangkan ke taraf yang lebih modern, selain peralatan yang lebih memadai, juga pengetahuan budidaya jamur tiram yang sesuai dengan perkembangan zaman saat ini. Sehingga tidak hanya kapasitas produksi yang mengalami peningkatan, namun juga kualitas produksi dapat menjadi lebih baik, dan pada akhirnya efisiensi dalam produksi dapat ditingkatkan.

2. Dalam aspek distribusi, Gapoktan Margo Asih mengalami kendala yang cukup berarti. Hasil produksi mesti harus didistribusikan dalam tenggang waktu yang sangat terbatas, jika tidak, maka komoditi akan mengalami penurunan kualitas yang signifikan. Dalam hal ini cukup menjadi dilema, sehingga efisiensi dalam aspek distribusi sangat kurang. Sebaiknya Gapoktan Margo Asih meningkatkan kualitas distribusi yang dilakukan hingga saat ini dengan mempelajari teknik dan teknologi pengemasan yang lebih baik dan sesuai dengan target pemasaran mereka. Selain itu jamur tiram ini dapat divariasikan dalam bentuk komoditi yang lain yang lebih dapat berlangsung lebih lama dalam penyimpanan, seperti jamur tiram dalam bentuk kering (bukan segar) seperti produk mie instan, sehingga dapat bertahan lebih lama dan kemungkinan akan diserap pasar akan lebih besar. Setiap konsumen berbeda-beda dalam menerima suatu produk, dan faktor inilah yang mesti dimengerti oleh produsen.
3. Dalam aspek pemasaran, Gapoktan Margo Asih sudah cukup bagus dalam menjalankannya. Media promosi yang dipakai menggunakan spanduk berupa MMT telah dipajang di setiap warung dan outlet yang menjajakan jamur tiram yang didistribusikannya. Namun promosi tersebut belumlah cukup. Tidak semua konsumen menilai mengerti akan konsumsi jamur tiram. Ada sebagian dari mereka yang berpikiran bahwa jamur tiram hanyalah makanan orang desa atau orang kampung, sedangkan bagi mereka yang merasa ekonomi menengah keatas

merasa gengsi. Karena itulah, maka Gapoktan Margo Asih perlu mempertimbangkan sosialisasi dan promosi yang lebih mengena ke kalangan mereka, misal: melakukan promosi langsung pada minimarket, supermarket yang modern yang disertai dengan tatap muka dan tanya jawab interaktif.

### **C. Penutup**

Alhamdulillah, segala puji penulis persembahkan kehadiran Allah SWT atas rahmat, taufiq dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Dengan harapan karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi penulis dan masyarakat pada umumnya serta dapat menambah khazanah keilmuan dalam dunia ilmu pengetahuan khususnya ekonomi Islam.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, maka penulis sungguh sangat mengharapkan akan kritik dan sarannya yang bersifat membangun. Hal ini tentulah demi perbaikan materi skripsi penulis. Kepada semua pihak yang telah membantu memberikan arahan, saran kepada penulis baik berupa moril maupun materil, penulis ucapkan banyak terima kasih.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Ma'ruf, *Manajemen Berbasis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013.
- Abdurrahman, Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Alma, Bukhari, dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta.
- An-Naisaburi, Al-Imam Abul Husain Muslim ibn al-Hajjaj al-Qusyairi, *Sahih Muslim*, Juz. 3., Mesir : Tijariah Kubra, t.t.
- Anoraga, Pandji, dan Janti Soegiastuti, *Pengantar Bisnis Moderen*, Jakarta: Pustaka Jaya, 2015.
- Arifin, Zainul, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Alvabet, 2005.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep & Strategi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Bâqy, Muhammad Fuâd Abdul, *Al-Mu'jam al-Mufahras li Alfâz Al-Qur'ân al-Karîm*, Beirut: Dâr al-Fikr, 1981
- Budasih, *et.all.* "Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali", *Jurnal Manajemen Agribisnis*, ISSN: 2355-0759, Vol. 2, No. 2, Oktober 2014, Universitas Udayana.
- Data Dari buku Monografi Desa Gondoriyo Tahun 2017.
- Davis, Robert H., *Learning System Design*, New York: McGraw-Hill.Inc, 1974.
- Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surabaya: Surya Cipta Aksara, 2010.
- Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 2012.
- Dokumentasi Usaha Jamur Tiram Gapoktan "Margo Asih"
- Fayol, Henry, *Industri dan Manajemen Umum*, Terj. Winardi, London: Sir Issac and Son, 1985.
- Gumur, Alex, *Manajemen Kerangka Pokok-Pokok*, Jakarta: Barata, 1975.
- Hafidhuddin, Didin, *Dakwah Aktual*, Jakarta: Gema Insani, 2001.

- , dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Harahap, Sofyan Syafri, *Akuntansi Pengawasan dan Manajemen dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, 1992.
- Haroenn, Nasrun, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Pratama, 2000.
- Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Iriantinah, Cicik, “Strategi Pengembangan Komoditas Jamur Tiram Putih (*Pleurotus florida*) di Kabupaten Nganjuk”, *Jurnal Manajemen Agribisnis*, Vol 14, No. 2, Juli 2014.
- Kartajaya, Hermawan, dan Muhammad Syakir, *Syari’ah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- Koontz, Harold, and Cyril O. Donnel, *Principles of Management, An Analysis of Managerial Functions*, Second Edition, Tokyo: Mc. Graw Hill Kogakusha, Ltd., 1984.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian*, Alih bahasa: Jaka Wasana, jilid 1, Jakarta: Salemba Empat, 2001 M.
- , *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian*, Jilid 1. Alih Bahasa: Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga, 2014.
- Mahmuddin, *Manajemen Dakwah Rasulullah (Suatu Telaah Historis Kritis)*, Jakarta: Restu Ilahi, 2004.
- Moekiyat, *Kamus Management*, Bandung: Alumni, 1980.
- Muchtarom, Zaini, *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Al-Amin, 1997.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001.
- Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008.
- Munadi, Fandi Ahmad, “Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor”, *Skripsi*, Semarang, Perpustakaan IAIN Walisongo, 2014.
- Munir, M., dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Prenada Media, 2006.

- Munzirin, Ahmad, "Strategi Pemasaran Perspektif Syariah", dalam *Jurnal Ekonomi Ideologis*, Vol. 3. No. 2. Maret 2009.
- Nasution, Mustafa Edwin, *et. al.*, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- Panglaykim dan Hazil Tanzil, *Manajemen Suatu Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1981.
- Parlindungan, A. K. "Pengaruh konsentrasi urea dan TSP di dalam air rendaman baglog alang- alang terhadap pertumbuhan dan produksi jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*)". Prosiding Seminar Hasil Penelitian Dosen UNRI.Pekanbaru, September 2000.
- Praja, Juhaya S., *Teori Hukum dan Aplikasinya*, Bandung: Pustaka Setia, 2011
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Rahman, Abdul Arifin, *Kerangka Pokok-Pokok Management Umum*. Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 1976.
- Redaksi Trubus, *Pengalaman Pakar dan Praktis Budi Daya Jamur*, Jakarta : Penebar Swadaya, 2004.
- Ridhawati, Resti, "Analisis Strategi Marketing Syariah dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Toko Rabbani Semarang", *Skripsi*, Semarang, Perpustakaan IAIN Walisongo, 2015.
- Robbins, Stephen P., and Mary Coulter, *Management*, Thirteenth Edition, England: Pearson Education Limited Wdinburgh Gate Harlow Wsswx CM20 2JE, 1992.
- Rusyid, Ibnu, *Bidâyah al Mujtahid Wa Nihâyah al Muqtasid*, juz 2, Beirut: Dâr Al-Jiil, 1409 H/1989.
- Saeed, Abdullah, *Islamic Banking and Interest A Study of the Prohibition of Riba and its Contemporary Interpretation*, Terj. Muhammad Ufuqul Mubin, et al, "Bank Islam dan Bunga: Studi Kritis Larangan Riba dan Interpretasi Kontemporer" Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Shaleh, A.Rosyad, *Management Da'wah*. Jakarta: Bulan Bintang, 1977.
- Siagian, Harbangan, *Manajemen Suatu Pengantar*, Semarang: Satya Wacana, 2013.

- Sinn, Ahmad Ibrahim Abu, *Manajemen Syariah: Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Stanton, William I., *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa: Yohanes Lamarto, jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2001 M.
- Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: UII, 2008.
- Surjaman, Tjun (editor), *Hukum Islam di Indonesia: Pemikiran dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991.
- Swastha, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty; 2005.
- Syah, Ismail Muhammad, *Filsafat Hukum Islam*, Jakarta: Bumi Aksara, 1992.
- Syathibi, **Abu Ishak** Imam, *al-Muwāfaqāt fī Ushūl al-Syarī'ah*, Beirut: Dār al-Ma'rifah, t.t.
- Terry, George R., *Principles of Management*, Richard D. Irwan, INC. Homewood, Irwm-Dorsey Limited Georgetown, Ontario L7G 4B3, 1990.
- , dan Leslie.W.Rue, *Dasar-Dasar Manajemen*, alih bahasa, G.A. Ticoalu, Jakarta: Bina Aksara, 1988.
- Tim Karya Tani Mandiri, *Pedoman Budidaya Jamur*, Bandung : Nuansa Aulia, 2010
- Utrecht, E., *Pengantar dalam Hukum Indonesia*, Jakarta: Balai Buku Ihtiar, 1966.
- Volk TJ. 1998. "This month's fungus is Pleurotus ostreatus, the Oyster mushroom". [terhubung berkala]  
[http://botit.botany.wisc.edu/toms\\_fungi/oct98.html](http://botit.botany.wisc.edu/toms_fungi/oct98.html) [30 Mei 2009].
- Wibowo, Sukarno, dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani, 2002.
- Zikri, Arif Rahman, *et.all.* "Analisis Usaha dan pemasaran jamur tiram putih (*Pleurotus Ostreatus*)", *Jurnal Jom Faperta* Vol 2 No 2 Oktober 2015, Universitas Riau.
- Zulkarnain, *Membangun Ekonomi Rakyat Prespektif Tentang Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, Yogyakarta: Adicita karya Nusa, 2003.

Wawancara:

Wawancara dengan Bapak Purnomo (Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 26 April 2019 (Jam 9.00 WIB)

Wawancara dengan Bapak Samudi (Wakil Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 27 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).

Wawancara dengan ibu Zumro'ah (Seksi pemasaran Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 27 April 2019 (Jam 9. 15 WIB).

Wawancara dengan ibu Ika selaku anggota Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih, tanggal 28 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).

Wawancara dengan ibu Fitriyah, (sekretaris 1 Usaha Jamur Tiram Gapoktan "Margo Asih"), tanggal 28 April 2019 (Jam 11.20 WIB).

Wawancara dengan KH. Ahmad Kamuli (Warga Desa Gondoriyo), Tanggal 26 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).

Wawancara dengan K.H. Samuji (Warga Desa Gondoriyo), Tanggal 26 April 2019 (Jam 9. 15 WIB).

Wawancara dengan K. Ropi'i (Warga Desa Gondoriyo), Tanggal 27 April 2019 (Jam 11.20 WIB).

1 Wawancara dengan Bapak Samin (Tokoh masyarakat Desa Gondoriyo), tanggal 27 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).

Wawancara dengan Ibu Suparmi (Petani Gapoktan "Margo Asih" Desa Gondoriyo), tanggal 28 April 2019 (Jam 11.20 WIB).

Wawancara dengan Ibu Nur Hidayah (Petani Gapoktan "Margo Asih" Desa Gondoriyo), tanggal 28 April 2019 (Jam 9. 15 WIB).

## HASIL WAWANCARA

### Nomor. 1

#### A. Wawancara dengan Para Pengurus, dan Anggota Usaha Jamur Tiram Gapoktan

“Margo Asih” Desa Gondoriyo, Kec. Ngaliyan Kota Semarang

1. **Nama** : Bapak Purnomo (Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 26 april 2019 (Jam 9.00 WIB).
2. **Umur** : 45 Tahun
3. **Jenis Kelamin** : Laki-Laki
4. **Pendidikan Formal** : D3
5. **Pendidikan Non Formal** : Kursus bahasa Inggris
6. **Pekerjaan** : Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih

No	Daftar Pertanyaan dan Jawaban
1.	<p>Apakah para pengurus Gapoktan “Margo Asih” mengelola usaha jamur Tiram berdasarkan prinsip-prinsip bisnis Islami?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Para pengurus dan anggota usaha jamur tiram Gapoktan “Margo Asih” dalam menerapkan menjalankan usahanya memiliki karakteristik yang islami, yaitu tidak hanya melihat segi ke duniaan saja, tapi kita juga selalu ingat pada Tuhan bahwa setiap orang yang menjalankan usahanya sah-sah saja menggunakan berbagai strategi pemasaran tapi harus di ingat peraturan Tuhan tidak boleh diabaikan. Walaupun kita tidak mampu melihat Tuhan, tapi Tuhan selalu mengawasi kita. Di sini berarti kita sebagai para pengurus dan anggota harus amanah dengan selalu menerapkan sifat-sifat Rasulullah SAW: seperti, <i>siddiq, amanah, tabligh, dan fathanah.</i></p>
2.	<p>Apakah yang dimaksud prinsip-prinsip bisnis islam?</p> <p>Jawab :</p> <p>Bentuk bisnis yang penerapan dan pelaksanaan didasarkan pada syariat islam. Bisnis ini mengutamakan bisnis dengan penghasilan halal, baik dan berkah.</p>
3.	<p>Apakah kedudukan sebagai ketua ini menyenangkan bapak?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Ada senang, ada juga dukanya. Bagi saya ini tanggung jawab bukan hanya</p>

	<p>kepada manusia tapi juga kepada Tuhan. Walaupun kita tidak mampu melihat Tuhan, tapi Tuhan selalu mengawasi kita. Di sini berarti kita sebagai para pengurus dan anggota harus amanah dengan selalu menerapkan sifat-sifat Rasulullah SAW: seperti, <i>siddiq, amanah, tabligh, dan fathanah</i></p>
4.	<p>Bagaimana strategi pemasaran usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” sehingga mampu bersaing?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Agar mampu bersaing dengan usaha Jamur Tiram yang lain, maka kerja keras dan kedisiplinan, kejujuran menjadi modal kami untuk tetap bertahan dan bahkan mampu bersaing. Oleh karena itu dengan semakin maraknya usaha atau bisnis di bidang ini, sekarang usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” tidak melulu meningkatkan kuantitas, namun juga kualitas.</p>
5.	<p>Apakah posisi dan tempat yang strategis menjadi salah satu komponen yang sangat penting?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Posisi dan tempat yang strategis menjadi salah satu komponen yang sangat penting dalam kegiatan bisnis. Sehubungan dengan itu seorang interpreneur (wirausahawan) tidak dapat menafikan (mengingkari) peran tempat usaha yang sangat urgent ini. Tidak sedikit bisnis yang berhasil dengan gemilang karena berada di tempat tertentu, tetapi usaha yang sama terbukti gagal jika dilaksanakan di tempat lainnya. Tempat tertentu akan sangat sesuai untuk suatu jenis usaha tetapi tidak sesuai untuk jenis usaha yang lainnya. namun ini mungkin tidak mutlak, masih banyak variabel lainnya yang ikut menentukan dinamika bisnis.</p>
6.	<p>Bagaimana harga tanah di Desa Gondoriyo ini?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Mengukur harga tanah antara satu daerah dengan daerah lain, antara tanah dalam satu desa tertentu dengan desa lain, maka kalau dibandingkan dengan daerah lain harga tanah di Desa Gondoriyo lebih murah baik harga sewa ataupun harga jual.</p>

7.	<p>Bagaimana persaingan di Desa Gondoriyo ini?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Belum ada persaingan yang berlaku curang, karena kebanyakan warga Desa Gondoriyo ini lebih kepada persaingan sehat, termasuk persaingan pada usaha jamur tiram. Jadi kondisi yang kondusif turut mendukung usaha kami.</p>
8.	<p>Dalam melakukan kegiatan usahanya, Gapoktan “Margo Asih” menetapkan strategi pemasaran yang bagaimana?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Dalam melakukan kegiatan usahanya, Gapoktan “Margo Asih” menetapkan strategi pemasaran dengan menciptakan produk dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, menetapkan harga yang bersaing dan terjangkau oleh konsumen, mendistribusikan barang tersebut berjalan lancar, mempromosikan barang dan jasa tersebut agar dikenal, dimintai, dibeli, dan selalu diingat oleh konsumen, menyesuaikan potensi di pasar target daerah tersebut.</p>
9.	<p>Nilai-nilai apa yang ditanamkan Gapoktan “Margo Asih”?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Bagi saya pribadi dan segenap karyawan di sini harus menanamkan nilai-nilai akhlak al-karimah. Kuncinya adalah akhlak karena Nabi Muhammad SAW diutus ke muka bumi adalah untuk menyempurnakan akhlak. Nah semoga Gapoktan “Margo Asih” dapat memberi sumbangsih akhlak, khususnya pada para pebisnis jamur tiram.</p>
10.	<p>Bagaimana tanggapan beberapa pembeli dan lingkungan masyarakat terhadap Gapoktan “Margo Asih”?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Setahu saya dari beberapa pembeli dan lingkungan masyarakat di sini, petani Gapoktan “Margo Asih” bicara kualitas dan harga apa adanya. Sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada agar barangnya laku. Mereka semua sangat ramah pada pembeli, dan ya boleh dibilang jujur</p>
11.	<p>Apa yang menyebabkan pembelinya Gapoktan “Margo Asih” sangat</p>

	<p>banyak?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Pembelinya Gapoktan “Margo Asih” sangat banyak, <i>pertama</i>, karena sudah lama berdiri, <i>kedua</i>, mungkin kualitas jamur selalu menyesuaikan keinginan konsumen; <i>ketiga</i>, lokasi yang mungkin mendukung</p>
12.	<p>Bagaimana penerapan prinsip pada para pengurus, dan anggota?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Berpegang teguh pada dasar perikemanusiaan, hormat menghormati sesama, terlebih lagi dengan pembeli harus dianggap sebagai raja.</p>

**Nomor 2.**

1. **Nama :** Samudi (Wakil Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih), Tanggal 27 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).
2. **Umur :** 50 Tahun
3. **Jenis Kelamin :** Laki-Laki
4. **Pendidikan Formal :** SMA
5. **Pendidikan Non Formal :** Kursus montir motor
6. **Pekerjaan :** Wakil Ketua Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih

No	Daftar Pertanyaan dan Jawaban
1.	<p>Bagaimana cara para pengurus Gapoktan “Margo Asih” mengelola usaha jamur Tiram berdasarkan prinsip-prinsip bisnis Islami?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Para pengurus Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” selalu memberikan siraman rohani, minimal satu minggu satu kali, dan di setiap acara tersebut, kita selalu menanamkan kepada para pengurus, pelaksana dan anggota untuk memiliki keyakinan dengan istilah yang populer yaitu <i>ihsan</i>.</p>
2.	<p>Apakah yang dimaksud dengan <i>ihsan</i> itu?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Kata <i>ihsan</i> secara sederhana dapat diartikan yaitu seseorang yang menyembah Allah seolah-olah ia melihat-Nya, dan jika ia tidak mampu membayangkan melihat-Nya, maka orang tersebut membayangkan bahwa</p>

	sesungguhnya Allah melihat perbuatannya.
3.	<p>Apa dampak dari keyakinan itu?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Kalau sudah punya keyakinan seperti itu, maka bisnis Jamur Tiram akan memiliki kepercayaan dari konsumen, karena jika para pengurus selalu mengingatnya maka akan berlaku jujur karena Allah SWT selalu melihat hambanya.</p>
4.	<p>Bagaimana strategi pemasaran usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” sehingga mampu bersaing?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Jujur, ramah, sabar, dan tawakal.</p>
5.	<p>Apakah posisi dan tempat yang strategis menjadi salah satu komponen yang sangat penting?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Sangat penting, tapi juga harus ada kiat-kiat lainnya. Posisi dan tempat yang strategis menjadi penting dalam kegiatan bisnis.</p>
6.	<p>Bagaimana harga tanah di Desa Gondoriyo ini?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Kalau dibandingkan dengan daerah lain harga tanah di Desa Gondoriyo terbilang tidak mahal.</p>
7.	<p>Bagaimana persaingan di Desa Gondoriyo ini?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Persaingan pasti saja ada. Warga Desa Gondoriyo ini bersaing sehat, termasuk persaingan pada usaha jamur tiram.</p>
8.	<p>Dalam melakukan kegiatan usahanya, Gapoktan “Margo Asih” menetapkan strategi pemasaran yang bagaimana?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Strategi pemasaran Islami dan modern.</p>
9.	<p>Nilai-nilai apa yang ditanamkan Gapoktan “Margo Asih”?</p> <p>Jawaban:</p>

	Nilai etika/akhlaq.
10.	Bagaimana tanggapan beberapa pembeli dan lingkungan masyarakat terhadap Gapoktan “Margo Asih”? Jawaban: Bagus, tidak ada omongan yang jelek atau miring.
11.	Apa yang menyebabkan pembelinya Gapoktan “Margo Asih” sangat banyak? Jawaban: Kejujuran, realistis, perikemanusiaan, dan berpegang pada bisnis Rasulullah SAW.
12.	Bagaimana penerapan prinsip pada para pengurus, dan anggota? Jawaban: Perikemanusiaan, solider, mengamalkan ajaran bisnis cara Islami.

**Nomor: 3**

1. **Nama :** Zumro’ah (Seksi pemasaran Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih),  
Tanggal 27 April 2019 (Jam 9. 15 WIB)
2. **Umur :** 42 Tahun
3. **Jenis Kelamin :** Perempuan
4. **Pendidikan Formal :** SMA
5. **Pendidikan Non Formal :** Kursus jahit
6. **Pekerjaan :** Seksi pemasaran Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih

No	Daftar Pertanyaan dan Jawaban
1.	Bagaimana cara para pengurus Gapoktan “Margo Asih” mengelola usaha jamur Tiram berdasarkan prinsip-prinsip bisnis Islami? Jawaban: Didirikannya Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”, bagi saya pribadi, segenap pengurus, anggota dan masyarakat Desa Gondoriyo di sini harus menanamkan nilai-nilai akhlaq al-karimah.
2.	Akhlaq yang mana yang dijadikan contoh? Jawaban: Akhlaq Rasulullah SAW. Kuncinya adalah akhlak karena Nabi Muhammad SAW diutus ke muka bumi adalah untuk menyempurnakan akhlak. Nah

	semoga Gapoktan “Margo Asih” dapat memberi sumbangsih akhlaq, khususnya pada para pebisnis jamur tiram
3.	<p>Apa dampak dari keyakinan itu?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Kalau sudah punya keyakinan seperti itu, Insya Allah.</p>
4.	<p>Bagaimana strategi pemasaran usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” sehingga mampu bersaing?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Bekerja keras, apa adanya, transparan, tidak neko-neko.</p>
5.	<p>Apakah posisi dan tempat yang strategis menjadi salah satu komponen yang sangat penting?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Penting juga.</p>
6.	<p>Bagaimana harga tanah di Desa Gondoriyo ini?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Murah.</p>
7.	<p>Bagaimana persaingan di Desa Gondoriyo ini?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Persaingan yang wajar.</p>
8.	<p>Dalam melakukan kegiatan usahanya, Gapoktan “Margo Asih” menetapkan strategi pemasaran yang bagaimana?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Masa kini, dan pada masa Rasulullah SAW berdagang di Negeri Syam atas kepercayaan Siti Khodijah.</p>
9.	<p>Nilai-nilai apa yang ditanamkan Gapoktan “Margo Asih”?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Nilai kejujuran, ramah, jangan menipu, sesuaikan dengan kenyataan.</p>
10.	<p>Bagaimana tanggapan beberapa pembeli dan lingkungan masyarakat terhadap Gapoktan “Margo Asih”?</p> <p>Jawaban:</p>

	Bagus, tidak ada omongan yang jelek atau miring.
11.	<p>Apa yang menyebabkan pembelinya Gapoktan “Margo Asih” sangat banyak?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Saling menguntungkan.</p>
12.	<p>Bagaimana penerapan prinsip pada para pengurus, dan anggota?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Hidup di dunia ini cuma sementara, maka jadikan bisnis jamur tiram sebagai sarana ibadah.</p>

**Nomor: 4**

1. **Nama :** Ika (Selaku anggota Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih, tanggal 28 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).
2. **Umur :** 30 Tahun
3. **Jenis Kelamin :** Perempuan
4. **Pendidikan Formal :** SMA
5. **Pendidikan Non Formal :** Kursus Tata Boga
6. **Pekerjaan :** Anggota Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih

No	Daftar Pertanyaan dan Jawaban
1.	<p>Bagaimana cara para pengurus Gapoktan “Margo Asih” mengelola usaha jamur Tiram berdasarkan prinsip-prinsip bisnis Islami?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Setahu saya dari omongan beberapa pembeli dan lingkungan masyarakat di sini, para pengurus, anggota, dan warga/petani Usaha Jamur Tiram Gapoktan Margo Asih bicara kualitas dan harga apa adanya. Sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada agar barangnya laku. Mereka semua sangat ramah pada pembeli, dan ya boleh dibilang jujur, dan realistis, tidak lari dari kenyataan. Kita tidak anti model-model dan gaya-gaya strategi pemasaran konsep Barat sepanjang tidak bertentangan dengan hukum Islam, yang baiknya kita ambil, yang buruknya kita tangkal, termasuk dalam berbusana</p>
2.	<p>Akhlaq yang mana yang dijadikan contoh?</p> <p>Jawaban:</p>

	Akhlaq Rasulullah SAW. Kuncinya adalah akhlak karena Nabi Muhammad SAW diutus ke muka bumi adalah untuk menyempurnakan akhlak. Nah semoga Gapoktan “Margo Asih” dapat memberi sumbangsih akhlaq, khususnya pada para pebisnis jamur tiram
3.	<p>Apa dampak dari keyakinan itu?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Kalau sudah punya keyakinan seperti itu, Insya Allah.</p>
4.	<p>Bagaimana strategi pemasaran usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” sehingga mampu bersaing?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Bekerja keras, apa adanya, transparan, tidak neko-neko.</p>
5.	<p>Apakah posisi dan tempat yang strategis menjadi salah satu komponen yang sangat penting?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Penting juga.</p>
6.	<p>Bagaimana harga tanah di Desa Gondoriyo ini?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Murah.</p>
7.	<p>Bagaimana persaingan di Desa Gondoriyo ini?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Persaingan yang wajar.</p>
8.	<p>Dalam melakukan kegiatan usahanya, Gapoktan “Margo Asih” menetapkan strategi pemasaran yang bagaimana?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Masa kini, dan pada masa Rasulullah SAW berdagang di Negeri Syam atas kepercayaan Siti Khodijah.</p>
9.	<p>Nilai-nilai apa yang ditanamkan Gapoktan “Margo Asih”?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Nilai kejujuran, ramah, jangan menipu, sesuaikan dengan kenyataan.</p>
10.	Bagaimana tanggapan beberapa pembeli dan lingkungan masyarakat

	<p>terhadap Gapoktan “Margo Asih”?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Bagus, tidak ada omongan yang jelek atau miring.</p>
11.	<p>Apa yang menyebabkan pembelinya Gapoktan “Margo Asih” sangat banyak?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Saling menguntungkan.</p>
12.	<p>Bagaimana penerapan prinsip pada para pengurus, dan anggota?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Hidup di dunia ini cuma sementara, maka jadikan bisnis jamur tiram sebagai sarana ibadah.</p>

**Nomor: 5**

1. **Nama :** Fitriyah, (Sekretaris 1 Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”), tanggal 28 April 2019 (Jam 11.20 WIB).
2. **Umur :** 30 Tahun
3. **Jenis Kelamin :** Perempuan
4. **Pendidikan Formal :** SMA
5. **Pendidikan Non Formal :** Kursus Kecantikan
6. **Pekerjaan :** Sekretaris 1 Usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih”

No	Daftar Pertanyaan dan Jawaban
1.	<p>Bagaimana cara para pengurus Gapoktan “Margo Asih” mengelola usaha jamur Tiram berdasarkan prinsip-prinsip bisnis Islami?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Para pengurus Gapoktan “Margo Asih” termasuk anggota dan seluruh aktivitas di Gapoktan “Margo Asih” ini harus berpegang teguh pada Humanistis atau <i>al-insaniyah</i> yang artinya berperikemanusiaan, hormat menghormati sesama, terlebih lagi dengan pembeli harus dianggap sebagai raja.</p>
2.	<p>Akhlaq yang mana yang dijadikan contoh?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Akhlaq Rasulullah SAW. Kuncinya adalah akhlak karena Nabi Muhammad</p>

	<p>SAW diutus ke muka bumi adalah untuk menyempurnakan akhlak. Nah semoga Gapoktan “Margo Asih” dapat memberi sumbangsih akhlaq, khususnya pada para pebisnis jamur tiram</p>
3.	<p>Apa dampak dari keyakinan itu?            Jawaban:            Kalau sudah punya keyakinan seperti itu, Insya Allah.</p>
4.	<p>Bagaimana strategi pemasaran usaha Jamur Tiram Gapoktan “Margo Asih” sehingga mampu bersaing?            Jawaban:            Bekerja keras, apa adanya, transparan, tidak neko-neko.</p>
5.	<p>Apakah posisi dan tempat yang strategis menjadi salah satu komponen yang sangat penting?            Jawaban:            Penting juga.</p>
6.	<p>Bagaimana harga tanah di Desa Gondoriyo ini?            Jawaban:            Murah.</p>
7.	<p>Bagaimana persaingan di Desa Gondoriyo ini?            Jawaban:            Persaingan yang wajar.</p>
8.	<p>Dalam melakukan kegiatan usahanya, Gapoktan “Margo Asih” menetapkan strategi pemasaran yang bagaimana?            Jawaban:            Masa kini, dan pada masa Rasulullah SAW berdagang di Negeri Syam atas kepercayaan Siti Khodijah.</p>
9.	<p>Nilai-nilai apa yang ditanamkan Gapoktan “Margo Asih”?            Jawaban:            Nilai kejujuran, ramah, jangan menipu, sesuaikan dengan kenyataan.</p>
10.	<p>Bagaimana tanggapan beberapa pembeli dan lingkungan masyarakat terhadap Gapoktan “Margo Asih”?</p>

	Jawaban: Bagus, tidak ada omongan yang jelek atau miring.
11.	Apa yang menyebabkan pembelinya Gapoktan “Margo Asih” sangat banyak? Jawaban: Saling menguntungkan.
12.	Bagaimana penerapan prinsip pada para pengurus, dan anggota? Jawaban: Hidup di dunia ini cuma sementara, maka jadikan bisnis jamur tiram sebagai sarana ibadah.

**B. Wawancara dengan Kyai, Tokoh Masyarakat, dan Warga Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang**

**Nomor: 6**

- 1. Nama :** KH. Ahmad Kamuli, Tanggal 26 April 2019 (Jam 10. 15 WIB).
- 2. Umur :** 58 Tahun
- 3. Jenis Kelamin :** Laki-laki
- 4. Pendidikan Formal :** IAIN Walisongo Semarang
- 5. Pendidikan Non Formal :**
- 6. Pekerjaan :** Da'i

No	Daftar Pertanyaan dan Jawaban
1.	Apakah usaha jamur tiram Gapoktan “Margo Asih” sudah lama? Jawaban: Di sini jamur tiram sudah berkembang lama.
2.	Apakah pembeli yang bayar secara tangguh dikenakan bunga? Jawaban: Selama ini, jika ada pembeli bayar tangguh tidak kena bunga.
3.	Apakah tidak ada unsur riba? Jawaban: Samasekali tidak ada unsur riba. Kita sangat melarang bisnis yang bergeser dari halal menjadi riba, karena riba adalah pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara bathil

4.	<p>Apa dasar diharamkannya riba?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Pernyataan al-Qur'an tentang larangan riba terdapat pada surat al-Baqarah ayat 275.</p> <p>الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا (البقرة: 275)</p> <p>Artinya: Orang-orang yang memakan (memungut) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kerasukan syaitan lantaran gangguan penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu disebabkan mereka berkata: sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba... (al-Baqarah: 275).</p>
5.	<p>Apakah hikmah diharamkannya riba?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Riba merupakan sebuah sistem transaksi yang kotor, tercela serta diharamkan, di dalamnya tak terdapat <i>barakah</i> sedikitpun, bahkan sebaliknya, praktek riba hanya akan mendatangkan kesengsaraan dan kerugian bagi para pelakunya, baik secara materi maupun mental, baik saat ini ataupun besok, di dunia maupun di akherat. Oleh karena besarnya bencana dan kerusakan yang ditimbulkan oleh praktek riba ini</p>

**Nomor: 7**

1. **Nama :** K.H. Samuji (Warga Desa Gondoriyo), Tanggal Tanggal 26 April 2019(Jam 9. 15 WIB)
2. **Umur :** 60 Tahun
3. **Jenis Kelamin :** Laki-laki
4. **Pendidikan Formal :** Pesantren Gontor
5. **Pendidikan Non Formal :**
6. **Pekerjaan :** Guru Madrasah dan penjual jamur tiram Gapoktan “Margo Asih”

No	Daftar Pertanyaan dan Jawaban
1.	Jika ada konsumen membeli jamur tiram dengan cara hutang, apakah harganya berbeda?

	<p>Jawaban:</p> <p>Bagi konsumen jamur tiram yang berhutang, kita tidak menaikkan harga meskipun konsumen tidak <i>cash</i>, yang penting cepat bayar</p>
2.	<p>Apakah pembeli yang bayar secara tangguh dikenakan bunga?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Tidak ada bunga, kita lurus-lurus saja dalam menggerakkan jamur tiram Gapoktan “Margo Asih”</p>
3.	<p>Apa tidak ada unsur riba?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Jauh sekali dari riba. Riba merupakan pendapatan yang didapat secara tidak adil. Para pengambil riba menggunakan uangnya untuk memerintahkan orang lain agar berusaha dan mengembalikan, misalnya, dua puluh lima persen lebih tinggi dari jumlah yang dipinjamkannya. Persoalannya, siapa yang bisa menjamin bahwa usaha yang dijalankan oleh orang itu nantinya mendapatkan keuntungan lebih dari dua puluh lima persen? Semua orang, apalagi yang beragama, tahu bahwa siapa pun tidak bisa memastikan apa yang terjadi besok atau lusa. Siapa pun tahu bahwa berusaha memiliki dua kemungkinan: berhasil atau gagal. Dengan menetapkan riba, orang sudah memastikan bahwa usaha yang dikelola pasti untung.</p>
4.	<p>Apa dampaknya riba?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Para pelaku riba akan diperangi oleh Allah dan Rasul-Nya. Peperangan yang diultimatumkan sendiri oleh Allah Sang Khaliq, tentu saja bisa dimaknai secara beragam. Kata-kata <i>kharbun</i> secara <i>lughawi</i> memang dimaknai serangan/peperangan secara fisik. Oleh karena itu, dalam memaknai ancaman keras dari Allah inipun bisa dimaknai secara fisik materiil, yaitu hilangnya atau berkurangnya harta benda, jiwa dan sebagainya lewat berbagai cara yang tentu saja bagi Allah Sang Khaliq akan sangat mudah untuk mewujudkannya. Dalam konteks individu, kehilangan harta bisa lewat berbagai cara, entah karena sakit lama, entah karena bencana, entah karena</p>

<p>pencurian, perampokan dan sebagainya. Begitupun dalam konteks institusi usaha ataupun institusi negara sebagai pelaku riba, maka janji Allah yang akan berperang bersama Rasul Nya untuk menghancurkan para pelaku riba bisa dimaknai dan dipahami secara umum bahwasannya ujung dari para pelaku riba adalah kehancuran dan kerugian, baik secara psikis maupun materi, baik saat hidup di dunia ataupun kelak di kehidupan akherat.</p>
--

**Nomor: 8**

- 1. Nama :** K. Ropi'i (Warga Desa Gondoriyo), Tanggal Tanggal 27 April 2019 (Jam 11.20 WIB)
- 2. Umur :** 55 Tahun
- 3. Jenis Kelamin :** Laki-laki
- 4. Pendidikan Formal :** Pesantren Tebu Ireng
- 5. Pendidikan Non Formal :**
- 6. Pekerjaan :** Guru Madrasah Aliyah dan penjual jamur tiram Gapoktan "Margo Asih"

No	Daftar Pertanyaan dan Jawaban
1.	<p>Jika ada konsumen membeli jamur tiram dengan cara hutang, apakah harganya berbeda?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Saya sering berpesan pada para pengurus Usaha Jamur Tiram Gapoktan "Margo Asih" jangan sampai bisnis jamur tiram campur riba. Unsur agama dan kemanusiaan harus tetap terjaga.</p>
2.	<p>Apakah pembeli yang bayar secara tangguh dikenakan bunga?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Istilah dan praktek bunga tidak ada di desa ini, itu tidak boleh</p>
3.	<p>Apa tidak ada unsur riba?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Unsur riba tidak ada, halalan thoyyibah.</p>
4.	<p>Apa dampaknya riba?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Tidak diterima sedekahnya. Sedekah di sini bisa dimaknai sedekah secara umum. Oleh karena itu betapa meruginya para pelaku riba, sebab hampir</p>

pasti bisa dipastikan bahwa perbuatan baik yang diniatkan sedekah tidak akan pernah diterima oleh Allah sebelum ia bertobat dengan menghentikan praktek ribawi. Doanya tidak akan dikabulkan; Allah akan mengambil berkah umur dan pekerjaannya. Berangkat dari sebuah ayat QS. Al-Baqarah: 276, yang berbunyi:

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيهِ الصَّدَقَاتِ

Secara bebas ayat di atas bisa diterjemahkan bahwasanya Allah kelak akan menumbangkan (membuat pailit) praktek riba (para pelakunya) dan akan menyuburkan sedekah. Ayat ini merupakan sebuah garansi dari Allah bahwasanya kekayaan ataupun harta benda yang didapat dari hasil melakukan riba dipastikan akan dipailitkan dengan berbagai cara yang telah diskenariokan oleh Allah SWT sebagaimana yang telah disinggung di atas. Sehingga orang yang dahulunya kaya bisa berubah menjadi miskin dengan begitu banyak beban hutang yang harus ditanggung.

**Nomor: 9**

1. **Nama :** Samin (Tokoh masyarakat Desa Gondoriyo), tanggal 27 April 2019 (Jam 10.15 WIB)
2. **Umur :** 57 Tahun
3. **Jenis Kelamin :** Laki-laki
4. **Pendidikan Formal :** IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta
5. **Pendidikan Non Formal :** Kursus bahasa Arab
6. **Pekerjaan :** Guru dan tokoh masyarakat Desa Gondoriyo

No	Daftar Pertanyaan dan Jawaban
1.	<p>Jika ada konsumen membeli jamur tiram dengan cara hutang, apakah harganya berbeda?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Mencari bisnis yang haram itu mudah, tapi mencari yang halal itu banyak onak durinya, namun alhamdulillah warga petani jamur tiram Desa Gondoriyo tahan dari godaan. Kita pegang prinsip halal, harta barokah, bisnis yang berpegang pada al-Qur'an dan al-Hadis.</p>

2.	<p>Apakah pembeli yang bayar secara tangguh dikenakan bunga?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Tidak</p>
3.	<p>Apakah tidak ada unsur riba?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Tidak.</p>
4.	<p>Apakah dampaknya riba?</p> <p>Jawaban:</p> <p>Dalam sebuah nasehat ulama dikatakan bahwa kesejahteraan, kecukupan dan kemewahan materi para pelaku riba (baik itu individu maupun instansi) itu tak sampai dari 40 tahun saja, bahkan dalam hitungan beberapa tahun saja banyak pelaku riba yang akhirnya menjadi pailit. Praktek riba itu walaupun menghasilkan keuntungan yang berlimpah namun pada akhirnya (keuntungan yang berlimpah itu) akan menjadi sedikit (karena pailit).</p> <p>Sebaliknya, faktor yang diijinkan oleh Allah sebagai penyubur ekonomi adalah dengan banyak melakukan sedekah. Dari ayat di atas, antara riba dengan sedekah disandingkan dalam sebuah perbandingan berikut dengan akibat-akibatnya. Oleh karena itu, sebagian ulama meyakini bahwa untuk melawan praktek riba tidak ada jalan lain adalah dengan cara menggalakkan sedekah, baik lewat zakat, infak maupun shadaqah.</p>

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Diri :

Nama : Ari Sofwatun Nikmah  
Tempat dan tanggal lahir : Demak, 17 April 1994  
Jenis kelamin : perempuan  
Status : Mahasiswa  
Alamat : Krajan RT 04 RW 10 Jragung Kecamatan  
Karangawen Demak  
Bangsa : Indonesia  
Agama : Islam

### Riwayat Pendidikan :

1. SD Negeri Jragung 1 Karangawen, Demak Lulus Tahun 2006
2. MTs Miftahul Ulum Jragung Karangawen, Demak Lulus Tahun 2009
3. MAN 1 Semarang Lulus Tahun 2012
4. UIN Walisongo Semarang, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Angkatan 2012

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 28 Mei 2019

Penulis

Ari Sofwatun Nikmah

122411064