

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya Usaha Jamur Mantan**

Produk jamur mantan adalah produk olahan jamur tiram krispi dari Trenggalek yang diproduksi oleh pasangan suami istri Bapak Dedi Mahendra Sukma dan Ibu Ike Galuh Candra. Produk jamur mantan resmi diluncurkan di pasaran pada tanggal 27 November 2017, beralamat di Jl. Armynpane RT. 03 RW. 01 Kelurahan Sumbergedong, Kabupaten Trenggalek. Produk jamur mantan merupakan salah satu usaha dalam bidang makanan ringan yang sudah memperoleh izin usaha mikro kecil (IUMK) pada tahun 2018.<sup>73</sup>

Awal mula berdirinya usaha ini adalah ketika Bapak Dedi Mahendra Sukma melakukan pelatihan kewirausahaan kepada Ibu-Ibu di Desa Surenlor Kabupaten Trenggalek. Berawal hanya dari memberikan suatu contoh untuk membuat produk kepada peserta pelatihan dengan memanfaatkan potensi yang ada. Para peserta diberi pelatihan mulai dari cara membuat produk sampai bagaimana cara memasarkan produk tersebut di pasaran. Namun, banyak peserta yang mulai ragu karena beranggapan membuat produk itu susah dan khawatir jika produknya tidak laku, apalagi mereka bertempat tinggal di desa. Akhirnya Bapak

---

<sup>73</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

Dedi berinisiatif untuk membuat olahan jamur krispi, untuk memberi contoh kepada masyarakat jika membuat produk untuk usaha itu tidak susah seperti anggapan mereka. Asalkan dalam menjalankan usaha tersebut dilakukan dengan bersungguh-sungguh.<sup>74</sup>

Pemilihan olahan jamur dikarenakan pemilik usaha jamur mantan sebelumnya sudah pernah bergelut pada usaha jamur. Sedangkan, olahan goreng krispi dipilih karena Bu Ike merupakan agen penjual tepung di Trenggalek. Produk jamur mantan mendapat respon yang baik dimasyarakat dan banyak disukai, yang pada akhirnya produk jamur mantan terus diproduksi dan menjadi berkembang sampai saat ini. Saat ini, dalam satu hari produksi yaitu mencapai 25 kg jamur mentah yang menghasilkan 250-300 pcs. Hal ini juga tergantung dari pemasok bahan baku. Pemasok jamur diambil dari petani yang ada di Trenggalek dan Tulungagung.<sup>75</sup>

Pemilihan nama merek “jamur mantan” tidak serta merta tanpa suatu alasan. Kata “mantan” dipilih karena kata itu sudah melekat pada diri Bapak Dedi Mahendra Sukma. Hal ini karena beliau sering mengadakan penyuluhan di sekolah-sekolah dan sering menggunakan kata “mantan” ketika menyampaikan materinya. Sehingga banyak yang mengenal Bapak Dedi dengan sebutan “Pak Dedi Mantan”. Hal inilah yang mendorong penggunaan nama mantan menjadi nama brandnya.<sup>76</sup>

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

<sup>75</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

<sup>76</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

Pada awal produksi, produk jamur mantan masih dikemas dengan sederhana menggunakan kemasan berbahan aluminium foil dan hanya diberi sticker. Namun, seiring dengan berkembangnya produk jamur mantan, kemasan produk jamur mantan terus diperbaiki agar lebih menarik konsumen. Untuk saat ini, kemasan produk jamur mantan sudah diganti memakai bahan rotogravure yang memiliki kualitas lebih baik karena tidak mudah rusak dan desain kemasan yang lebih menarik dengan penggunaan olah kata menjadi keunggulannya.<sup>77</sup>

Produk jamur mantan memiliki nama merek yang unik yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Produk jamur mantan sendiri sudah didaftarkan merek dagangnya sejak tahun 2018. Produk jamur mantan tidak hanya memiliki keunikan dari nama brandnya, olah kata khas anak-anak muda juga dilakukan dalam memberikan nama varian rasa, seperti TTM, PHP, Baper, Balikan, dan Pisah. Hal ini dilakukan untuk memudahkan produk masuk pasar sasaran dan dikenal masyarakat luas. Pasar sasaran utama dari jamur mantan adalah anak-anak muda, meskipun demikian produk jamur mantan juga bisa menjangkau semua kalangan yakni dari anak-anak sampai orang dewasa.<sup>78</sup>

Produk jamur mantan merupakan salah satu produk olahan jamur krispi yang sudah memperoleh sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sejak tahun 2018. Sertifikasi halal sangat penting

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

<sup>78</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

untuk mendorong perkembangan dan kemajuan suatu usaha. Melalui sertifikat halal menunjukkan bahwa produk yang dijual aman dan tidak menggunakan bahan-bahan yang diharamkan oleh syariat Islam, sehingga konsumen akan lebih yakin ketika mengonsumsi produk tersebut. Hal inilah yang mendorong pemilik usaha jamur mantan untuk segera mendaftarkan produknya agar memperoleh sertifikat halal MUI.<sup>79</sup>

Produk jamur mantan sudah di pasarkan ke seluruh Indonesia, melalui reseller-reseller yang tersebar di berbagai daerah. Selain itu, produk jamur mantan juga sudah tersedia di berbagai toko, swalayan, alfamart, carrefour, dan lainnya. Produk jamur mantan di pasarkan secara langsung maupun secara online. Untuk saat ini produk jamur mantan lebih menggiatkan promosinya melalui media online, karena jangkauannya yang lebih luas. Sedangkan, untuk harga dari produk jamur mantan adalah sama untuk semua varian rasa yaitu Rp13.000 di wilayah jawa dan Rp15.000 untuk luar jawa. Berikut ini adalah beberapa varian rasa dari produk jamur mantan:<sup>80</sup>

- a. TTM (Tetap Terasa Murni)
- b. PHP (Pedes Huhah Pol)
- c. BAPER (Barbeque Super)
- d. BALIKAN (Balado Bikin Ketagihan)
- e. PISAH (Pizza Rasa Mewah)

---

<sup>79</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

<sup>80</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

## 2. Visi dan Misi Usaha Jamur Mantan

Visi dan misi merupakan sebuah tolok ukur untuk mencapai keberhasilan perusahaan. Visi merupakan tujuan utama dan cita-cita sebuah perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Sedangkan misi merupakan rangkaian kegiatan utama yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai visinya. Visi dan misi harus mampu menggambarkan apa yang harus dilakukan perusahaan, tujuan yang ingin dicapai, serta bagaimana cara mencapai tujuan itu. Berikut ini adalah visi dan misi dari usaha jamur mantan:<sup>81</sup>

### a. Visi

Menjadi perusahaan No. 1 di Indonesia dalam bidang makanan ringan.

### b. Misi

- 1) Peningkatan kualitas dan kuantitas produk.
- 2) Peningkatan SDM (baik aspek skill maupun religius) yang berkesinambungan.
- 3) Penambahan jaringan pemasaran dan tim perusahaan.
- 4) Penambahan dan pembinaan supplier.
- 5) Penambahan dan peningkatan modal.
- 6) Target omzet 2,5 M.

---

<sup>81</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

### 3. Struktur Organisasi

**Tabel 4.1**

**Struktur Organisasi Usaha Jamur Mantan**

Nama	Jabatan
Ike Galuh Candra K. Dedi Mahendra Sukma	Owner / pemilik
M. Guntur	Konsultan Marketing
Alfan Fachrudin	Konsultan Design
Nifa Dwi Y.	Bagian Keuangan
Nur Hainun	Divisi Pemasaran: Admin 1
Fitri Nurhayati Menik Mu'alifah	Divisi Produksi
Ahmad Irkhamdi	Divisi Gudang
Nur Huda	Distribusi

*Sumber : Usaha Jamur Mantan*

Adapun masing-masing tugas dan wewenangnya adalah sebagai berikut :<sup>82</sup>

- a. Pimpinan atau Pemilik Usaha
  - 1) Memimpin dan bertanggungjawab atas keseluruhan berjalannya kegiatan usaha jamur mantan.
  - 2) Menyusun atau membuat strategi bisnis dan rencana perusahaan.
  - 3) Memberikan wewenang dan tanggungjawab kepada karyawan sesuai dengan bidangnya masing-masing.
  - 4) Membina karyawan supaya dapat menjalankan tanggung jawab atau tugasnya masing-masing secara baik.
- b. Konsultan Marketing

<sup>82</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

- 1) Membantu menciptakan rencana marketing atau pemasaran.
  - 2) Membantu mengatasi kesulitan yang dihadapi dalam kegiatan pemasaran.
- c. Konsultan Design
- 1) Membantu mendesain atau merancang bentuk kemasan suatu produk.
  - 2) Membantu dalam mendesain kemasan yang menarik, pemilihan aspek atau visual dari kemasan yang meliputi bentuk, komposisi, dan warna.
  - 3) Membantu membuat desain kemasan yang sesuai dengan produk.
- d. Bagian Keuangan
- 1) Bertanggung jawab dalam berbagai sumber-sumber keuangan, pengelolaan, dan pengalokasian dana, serta melakukan dan menerima pembayaran perusahaan.
  - 2) Membuat pencatatan atas transaksi dalam kegiatan perusahaan.
- e. Divisi Pemasaran
- 1) Merumuskan dan menjalankan berbagai program pemasaran sehingga mampu mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan.
  - 2) Mengenalkan dan memasarkan produk kepada konsumen baik secara langsung maupun melalui sosial media (online).

- 3) Menciptakan, menumbuhkan, dan memelihara kerjasama yang baik dengan konsumen.
  - 4) Menanggapi permasalahan terkait keluhan dan saran dari pelanggan.
- f. Divisi Produksi
- 1) Mengatur dan mengolah bahan baku menjadi produk jadi dengan target yang telah ditentukan perusahaan.
  - 2) Melaksanakan kegiatan produksi dengan standar kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- g. Divisi Gudang
- 1) Mengawasi dan mengatur semua barang yang masuk maupun keluar.
  - 2) Melakukan pengecekan terhadap barang yang diterima.
  - 3) Memastikan ketersediaan barang sesuai dengan kebutuhan.
  - 4) Membuat laporan atas semua transaksi keluar masuk barang dari dan ke gudang.
- h. Bagian Distribusi
- 1) Memiliki tugas dalam pendistribusian produk kepada konsumen.
  - 2) Mengawasi ketersediaan produk dan pengaturan jadwal pengiriman produk.

## **B. Temuan Penelitian**

Dalam temuan data disini akan memberikan beberapa gambaran mengenai data yang telah diperoleh di lapangan yaitu mengenai strategi pemasaran yang

diterapkan oleh usaha jamur mantan ditinjau dalam perspektif Islam, dan juga faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran usaha jamur mantan. Dalam penelitian yang telah dilakukan di usaha jamur mantan, dijelaskan mengenai beberapa hasil jawaban dari responden yaitu pemilik usaha jamur mantan.

### **1. Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh Usaha Jamur Mantan Saat Memasarkan Produk**

Perkembangan usaha yang semakin hari semakin berkembang dengan pesat, menjadikan para pelaku usaha harus berfikir maju dalam menghadapi segala persaingan usaha. Para pelaku usaha harus memiliki strategi pemasaran agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Seperti yang dilakukan oleh Usaha Jamur Mantan yang menerapkan beberapa strategi pemasaran dalam menjalankan kegiatan pemasaran produknya.

Dalam menjalankan bisnisnya, Usaha Jamur Mantan telah berhasil menerapkan *segmentasi, targeting dan positioning* yang baik. Seperti yang telah diutarakan oleh pemilik Usaha Jamur Mantan kepada peneliti:

Pasar sasaran utama kita adalah anak-anak muda, tapi kita juga bisa menjangkau semua kalangan yakni dari anak-anak sampai orang dewasa. Dan kita jual khususnya di daerah Trenggalek sendiri dan seluruh Indonesia dan juga luar negeri. Dalam menarik pelanggan kita mengutamakan pelayanan untuk menunjukkan keunggulan-keunggulan dari produk kami. Pelayanan yang kita berikan yaitu untuk online kita juga melayani juga harus fast respon lewat hp. Dan untuk pengiriman sebelum kita kirim juga harus kita teliti satu-satu kalau ada barang cacat. Kita juga memiliki agen-agen resmi yang ada di Trenggalek sendiri luar daerah Trenggalek seperti Kediri, Malang, NTT, Jakarta dan daerah-daerah lain dan juga agen resmi di luar negeri.<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Usaha Jamur Mantan terkait dengan 4P (*Produk, Price, Place, Promotion*) yang diutarakan oleh Ibu Ike selaku pemilik usaha sebagai berikut:

Untuk pemasarannya kita sudah pasarkan ke seluruh Indonesia, melalui reseller-reseller yang tersebar di berbagai daerah. Selain itu, kita juga sudah tersedia di berbagai toko, swalayan, alfamart, carrefour, dan lainnya. Produk kita juga di pasarkan secara langsung maupun secara online.<sup>84</sup>

Dalam strategi harga, Usaha Jamur Mantan menerapkan beberapa sistem harga. Berikut ini pernyataan dari Ibu Ike selaku pemilik Usaha Jamur Mantan :

Untuk strategi harga kita ada harga ecer tertinggi yaitu sekitar Rp 15.000, dan itu tergantung lokasinya juga. Tapi kalau untuk Trenggalek kita ratakan Rp 13.000. Untuk strategi harga disini kita tidak pernah atau jarang sekali memberikan diskon harga, tapi lebih ke memberikan bonus-bonus atau subsidi ongkir atau apa saja pokoknya harganya tetap tapi kita berikan bonus. Jadi supaya orang-orang itu gak terbiasa minta diskon. Kalau biasa kita kasih diskon gitu kadang mintanya diskon terus.<sup>85</sup>

Sedangkan dalam strategi produk Usaha Jamur Mantan memiliki keunikan tersendiri. Seperti yang diutarakan oleh Ibu Ike :

Pada awal produksi, dulu masih dikemas dengan sederhana menggunakan kemasan berbahan aluminium foil dan hanya diberi sticker. Tapi sekarang dengan berkembangnya produk, kemasan produk kita terus diperbaiki agar lebih menarik konsumen. Untuk saat ini, kemasan produk kita sudah ganti memakai bahan rotogravure yang memiliki kualitas lebih baik karena tidak mudah rusak dan desain kemasan yang lebih menarik dengan penggunaan olah kata menjadi keunggulan kita. Ada kata-kata unik di bagian kemasan. Produk kita juga memiliki nama merek yang unik yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Produk kita tidak hanya memiliki keunikan dari nama brandnya, olah kata khas anak-anak muda juga kita lakukan dalam memberikan nama varian rasa, seperti TTM, PHP, Baper, Balikan, dan Pisah. Jadi supaya memudahkan produk masuk

---

<sup>84</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

<sup>85</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

pasar sasaran dan dikenal masyarakat luas. Produk yang paling best seller itu yang varian rasa PHP sama Baper.<sup>86</sup>

Terkait dengan tempat dan lokasi distribusi Usaha Jamur Mantan sudah strategis. Untuk pengiriman barang juga menggunakan jasa ekspedisi seperti JNE, J&T, Kantor Pos, Indah Kargo, dan Travel. Seperti yang diutarakan oleh Ibu Ike kepada peneliti sebagai berikut:

Kalau lokasi yang offline kita pilih lokasi yang banyak anak-anak mudanya seperti di cafe seperti itu. Kalau ekspedisi kita memakai Pos, JNE, J&T, Indah Kargo sama Travel, itu tergantung permintaan konsumen juga. Kalau misalkan pengirimannya banyak biasanya kita lewatkan pakai pos karena lebih murah, tapi kalau Cuma 1 kg semua rata-rata harganya hampir sama. Kalau travel itu, kalau konsumennya mintanya langsung datang har itu jadi kita pakai travel.<sup>87</sup>

Strategi Promosi yang digunakan Usaha Jamur Mantan dalam memasarkan produknya adalah melalui media sosial seperti facebook, instagram, dan whatsapp, dan iklan berbayar. Seperti yang diutarakan oleh Ibu Ike kepada peneliti sebagai berikut:

Produk kita di pasarkan secara langsung maupun secara online. Untuk saat ini kita lebih menggiatkan promosi melalui media online, karena jangkauannya yang lebih luas. Seperti tiktok, whatsapp, instagram, facebook dan juga iklan berbayar.<sup>88</sup>

## **2. Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran pada Usaha Jamur Mantan**

Salah satu diantara berbagai tujuan perusahaan ialah untuk mendapatkan laba yang optimal dari kegiatannya sehari-hari, khususnya pada kegiatan pemasaran. Untuk menjalankan kegiatan pemasaran tersebut secara baik dan juga sesuai dengan sasaran yang diharapkan, maka

---

<sup>86</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

<sup>87</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

<sup>88</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

perusahaan harus menerapkan suatu strategi yang tepat sesuai dengan lingkungan pemasaran perusahaannya.

Lingkungan pemasaran suatu perusahaan terdiri atas para pelaku serta kekuatan-kekuatan yang berasal dari luar fungsi manajemen pemasaran perusahaan yang dapat mempengaruhi kemampuan manajemen pemasaran untuk mengembangkan serta mempertahankan transaksi yang sukses dengan para konsumen sarannya. Keberhasilan sebuah strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan tergantung kepada analisa dan pengamatan yang cermat yang dilakukan oleh perusahaan terhadap faktor-faktor yang mungkin bisa mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan. Strategi pemasaran ialah logika pemasaran, dan berdasarkan itu unit bisnis diharapkan dapat mencapai sasaran-sasaran pemasarannya.

Suatu usaha tentu ada beberapa faktor pendukung dan juga penghambat dalam memasarkan produknya. Usaha Jamur Mantan juga memiliki beberapa faktor, seperti yang telah diutarakan oleh Bu Ike :

Kalau untuk faktor penghambat pemasaran usia itu bisa menjadi penghambat karena target kita itu anak-anak SMA sampai dewasa paling tidak usia 35 tahun. Faktor lainnya lokasi itu juga sangat berpengaruh mbak, karena biasanya kalau kita taruh di offline, di toko atau di cafe pasti cari yang pengunjungnya rata-rata yang anak-anak muda seperti itu jadi sangat berpengaruh. Terus jenis kelamin sama pekerjaan itu juga berpengaruh, kebanyakan yang lebih banyak dan sering order itu perempuan. Faktor lainnya dari tim untuk marketingnya lalu bagaimana layanan kita ke konsumen. Kita kirim bahan-bahan untuk promosi ke reseller, agen, flayer-flayer dan promosi yang kita buat itu sangat berpengaruh. Misalnya musim pandemi seperti ini kita ada cara untuk memberikan bonus-bonus disetiap pembelian produk kita. Itu juga salah satu cara untuk agar omset kita tetap naik.<sup>89</sup>

---

<sup>89</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

### 3. Strategi Pemasaran Usaha Jamur Mantan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Semua perusahaan, 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 pendirian usahanya.<sup>90</sup> Demikian pula dengan Usaha Jamur Mantan tentu saja memiliki tujuan, strategi dan manajemen tersendiri.

Proses-proses manajemen, termasuk manajemen perspektif ekonomi Islam pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Fungsi perencanaan meliputi strategi, dan strategi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan suatu bisnis atau perusahaan.

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran. Adapun strategi pemasaran tersebut meliputi: *product, place, promotion, price*.

Strategi pemasaran Islami pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat.

---

<sup>90</sup> Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2005), hal. 97

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis peroleh dari pemilik Usaha Jamur Mantan maka strategi pemasaran yang ada dapat dideskripsikan sebagaimana penjelasan pemilik usaha yaitu Ibu Ike menuturkan:

Strategi pemasaran yang kita terapkan yaitu mengikuti cara berjualan Abdurrahman bin Auf RA. Jadi yang kita contoh itu cara memulai usahanya. Dari Abdurrahman bin Auf kita mengetahui kalau untuk memulai usaha itu tidak perlu modal uang tapi, yang penting kita ada pasar dan kita memenuhi kebutuhan pasar apa yang dibutuhkan kita jual disitulah nanti modal akan menumpuk sendiri. Setelah itu kita bisa usaha apa saja yang penting sudah punya pasarnya. Untuk cara berdagangnya Abdurrahman bin Auf kalau sekarang itu namanya reseller, dropsip intinya bagi hasil menjual produknya orang. Cara berjualan juga sama seperti Abdurrahman bin Auf seperti lebih mengedepankan kualitas, jujur dengan pelanggan, semua yang disyariatkan Islam dilakukan semuanya. Dari karyawan sendiri juga harus memiliki etika yang baik, jujur, tanggung jawab atas tugasnya. Dan kalau pagi seluruh karyawan harus sholat dhuha dulu di kantor.<sup>91</sup>

### **C. Hasil Analisis Wawancara**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap responden, telah diperoleh beberapa temuan-temuan yang akan dianalisis oleh peneliti, sebagai berikut:

#### **1. Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh Usaha Jamur Mantan Saat Memasarkan Produk**

Bagi setiap para pelaku usaha harus memiliki sebuah rancangan maupun perencanaan mengenai strategi pemasaran yang baik yang dilakukannya untuk menarik pembeli maupun konsumen agar mau membeli produk yang telah disediakan oleh perusahaan tersebut. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting yang harus dilakukan,

---

<sup>91</sup> Wawancara dengan Ibu Ike Galuh (Pemilik Usaha Jamur Mantan), 10 Maret 2021

karena dengan strategi pemasaran sebuah perusahaan mampu melaksanakan tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut, mampu berkembang dalam usahanya dan mampu bersaing dengan perusahaan lain sehingga bisa mempertahankan usaha yang telah didirikannya tersebut. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Usaha Jamur Mantan adalah sebagai berikut:

a. *Segmentasi*

Segmentasi dari Usaha Jamur Mantan yaitu seluruh pasar Indonesia, melalui reseller-reseller yang tersebar di berbagai daerah dan Luar Negeri (Taiwan dan Hongkong). Selain itu juga sudah tersedia di berbagai toko, swalayan, alfamart, carrefour, dan lainnya. Produk Usaha Jamur Mantan di pasarkan secara langsung maupun secara online.

b. *Targeting*

Targeting dari Usaha Jamur Mantan yaitu anak-anak muda, tapi Usaha Jamur Mantan juga menjangkau semua kalangan yakni dari anak-anak sampai orang dewasa.

c. *Positioning*

Untuk penetapan posisi pasar ini, Usaha Jamur Mantan selalu mengutamakan pelayanan dan kenyamanan yang diberikan kepada para pelanggan. Mengenai produk yang dijual Usaha Jamur Mantan selalu memberikan yang terbaik seperti dari kemasan yang digunakan Usaha Jamur Mantan menggunakan bahan rotogravure yang memiliki

kualitas lebih baik karena tidak mudah rusak. Pelayanan yang diberikan yaitu selalu melayani dengan baik dan untuk pelayanan online secara fast respon. Untuk pengiriman sebelum barang dikirim ke pelanggan selalu di sortir, sehingga barang yang diterima oleh pelanggan selalu bagus. Usaha Jamur Mantan juga menerima pembelian secara agen, reseller dan dropship.

d. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran yaitu mencakup 4P (*product, price, place, promotion*) sebagai berikut:

1) Produk (*Product*)

Produk yang dijual di Usaha Jamur Mantan yaitu jamur krispi dan makaroni. Dari beberapa varian rasa dari Jamur Mantan yang paling best seller adalah varian rasa PHP (Pedes Huhah Pol) dan varian rasa BAPER (Barbeque Super).

2) Harga (*Price*)

Harga yang diberikan oleh Usaha Jamur Mantan sendiri memiliki harga ecer tertinggi. Dan harga ecer tersebut juga memiliki harga yang berbeda tergantung dengan lokasinya. Usaha Jamur Mantan tidak pernah memberikan diskon terhadap pelanggan ataupun konsumen. Namun lebih sering memberikan bonus dengan harga barang yang tetap seperti bonus subsidi ongkir.

3) Lokasi/Saluran Distribusi (*Place*)

Usaha Jamur Mantan memiliki tempat yang strategis sehingga memberikan kemudahan bagi para konsumen ketika mencari lokasi. Usaha Jamur Mantan melakukan pengiriman barang ke seluruh Indonesia dan Luar Negeri (Hongkong dan Taiwan). Mengenai pendistribusian barang kepada konsumen Usaha Jamur Mantan menggunakan jasa ekspedisi JNE, J&T, Indah Kargo, Kantor Pos, dan Travel.

#### 4) Promosi (Promotion)

Promosi yang digunakan oleh Usaha Jamur Mantan dalam menarik konsumen yaitu melalui akun media sosial facebook, instagram, whatsapp, tiktok dan melalui iklan berbayar.

## **2. Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran pada Usaha Jamur Mantan**

Lingkungan pemasaran menjadi faktor penentu kesuksesan aktivitas pemasaran (marketing) sebuah perusahaan. Sebab di dalamnya terdapat berbagai macam pelaku dan unsur-unsur yang saling mempengaruhi satu sama lain. Unsur-unsur tersebut berupa kekuatan dan ancaman, baik yang berasal dari dalam maupun luar perusahaan. Apabila semua hal tersebut dapat dimanfaatkan secara maksimal, maka bisa membantu perusahaan untuk meraih tujuannya. Lingkungan pemasaran sifatnya tidak stabil, namun sebaliknya, justru sangat mudah berubah-ubah. Oleh sebab itu, dibutuhkan manajemen yang handal dan strategi perusahaan yang mampu beradaptasi dengan berbagai macam kondisi. Perusahaan harus mengamati

tren, dinamika pasar, dan apa pun yang terjadi di dalam serta luar perusahaan, sehingga kondisi internal tidak goyah dan tetap fokus pada tujuan perusahaan.

### **3. Strategi Pemasaran Usaha Jamur Mantan Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Selain menerapkan strategi pemasaran konvensional, Usaha Jamur Mantan juga menerapkan strategi pemasaran berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan bahwa Usaha jamur Mantan tidak hanya terfokus untuk mencari keuntungan saja tetapi juga niat ibadah dan mencari ridho Allah SWT. Usaha Jamur Mantan juga menerapkan strategi pemasaran seperti cara berjualan Abdurrahman bin Auf yaitu sebagai berikut :

- a. Membangun pasar
- b. Bagi hasil yang adil
- c. Memberikan bonus
- d. Selalu belajar
- e. Tidak berhutang
- f. Jujur
- g. Menjaga kualitas
- h. Manajemen keuangan yang baik
- i. Menjadikan dunia hanya ditangan bukan dihati

Dari tiga prinsip diatas bisa dilihat dari barang atau produk dari usaha jamur mantan yang sudah memperoleh sertifikat halal dari Majelis

Ulama Indonesia (MUI) sejak tahun 2018. Sertifikasi halal ini sangat penting untuk mendorong perkembangan dan kemajuan suatu usaha. Melalui sertifikat halal menunjukkan bahwa produk yang dijual aman dan tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan oleh syariat Islam, sehingga konsumen akan lebih yakin ketika mengonsumsi produk tersebut.