

**MEKANISME PEMASARAN DAN PEMANFAATAN GABAH
JAGUNG DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN
MASYARAKAT DI DESA SEGAMAI KECAMATAN
TELUK MERANTI MENURUT EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (SE.Sy)**



**SUZANA
10725000050**

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS SYARI'AH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2012

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ Mekanisme Pemasaran Dan Pemanfaatan Gabah Jagung Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Menurut Ekonomi Islam” peneliti tertarik meneliti masalah ini karena pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung yang dihasilkan petani di Desa Segamai belum optimal dalam meningkatkan perekonomian padahal jumlah gabah yang di hasilkan petani sangat banyak setiap panen dan karena jagung merupakan salah satu penghasilan pokok masyarakat.

Permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana cara pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti, lalu apa saja kendala-kendala yang dihadapi petani dalam memasarkan dan memanfaatkan gabah jagung di Desa Segamai dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti.

Penelitian ini dilakukan di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti, sumber data yang penulis gunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Dengan metode metode pengumpulan data observasi, wawancara, angket setelah data tersebut terkumpul penulis melakukan analisa data dengan menggunakan deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah petani jagung di Desa Segamai yang berjumlah 284 orang karena populasi terlalu banyak maka diambil 15% dari populasi yang akan di jadikan sampel yaitu 43 orang dengan menggunakan *teknik random sampling*.

Setelah penelitian ini dilakukan dan dianalisa dapat diketahui bahawa pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai belum sesuai dengan harapan petani hal ini di sebabkan oleh beberapa faktor yaitu lemahnya permintaan pasar, rendahnya tingkat harga, sulitnya dalam mendistribusikan, dan tidak adanya mesin pengolah gabah sehingga petani tidak bisa memanfaatkan gabah secara baik. Menurut tinjauan ekonomi Islam apapun bentuk muamalah baik dalam proses penciptaan, penawaran,

permintaan maupun perubahan terhadap nilainya tidak terdapat penyimpangan dalam prinsip muamalah maka apapun bentuknya boleh dilakukan. Untuk pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai menurut ekonomi Islam dibolehkan hanya saja masih terdapat tengkulak yang mempermainkan masalah harga, padahal dalam ekonomi Islam masalah harga harus jelas sehingga tidak terdapat gharar (ketidak jelasan).

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya kepada Allah SWT, yang dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Mekanisme Pemasaran Dan Pemanfaatan Gabah Jagung Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Segamai Kecamatan Teluk meranti Menurut Ekonomi Islam** “.

Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada revolusioner alam yakni Nabi Muhammad SAW, penghulu para Nabi yang telah membawa perubahan total pada peradaban manusia sehingga menjadi lebih beradab.

Penulis menyadari dalam pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari nilai kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis. Dalam pembuatan skripsi ini terkadang penulis menghadapi kendala-kendala, namun dengan Keridhaan Allah dan do'a dari semua pihak, maka penulis akhirnya dapat mengahadpinya.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk itu melalui karya ini penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Teristimewa Ayahnda Makmur dan Ibunda Yangma yang dengan tulus dan ikhlas serta segala pengorbanan cinta dan do'a yang telah diberikan kepada ananda dengan kesabaran, ketabahan dan kasih sayang yang tidak pernah putus dalam membimbing, mendampingi, mengarahkan, memotivasi, serta memberikan dorongan moril dan materil dan senantiasa mendo'akan

keberhasilan dan kebahagiaan ananda. Semua itu tidak bisa digantikan dengan apapun semoga Allah melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada mereka.

2. Saudara kandung, Kakanda Multamas, Masita, Ahmad Darbi, Dasrial dan Adinda Budiono dan kakak ipar Handana dan Kuswanto terimakasih atas bantuan dan motivasi yang diberikan.
3. Bapak prof. Dr. H. M. Nazir selaku Rektor Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru.
4. Bapak Dekan Dr. H. Akbarizan, M.Ag, M.Pd beserta Pembantu Dekan I, II dan III yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan penelitian ini.
5. Bapak Mawardi S.Ag, M.Si selaku Penasehat Akademis yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan di bidang akademik.
6. Bapak Mawardi S.Ag M.Si dan bapak Darmawan Tia Indra Jaya M.A selaku ketua jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan dorongan dan bimbingan.
7. Bapak Drs. Arifuddin, M.A selaku pembimbing dalam penulisan skripsi ini, yang telah mengarahkan serta meluangkan waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Riduan dan Bapak Ardi selaku Kepala Desa dan Sekretaris Desa Segamai, Bapak Zulpan selaku penyuluh pertanian lapangan (PPL) dan seluruh masyarakat Desa Segamai yang telah membantu dalam memberikan data sehingga terselesaikannya skripsi ini.

9. Buat seseorang yang selalu memberikan motivasi, dan nasehat buat penulis dalam penyelesaian skripsi ini makasih ya (Zulhendri)
10. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Islam lokal C angkatan 2007 (Sulis, Yuli, Novi, Zana, Iza, Hasmar, Ismadi, Marjok, Erik) dan tak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada “Umi Nashirotul Hidayah”, “dek Pina”, “ Novita Damayanti Harahap “yang selalu menemani, dan berjuang bersama penulis dan teman-teman Kos Gg. Sepakat (Devi, Tina, Inak, Turi, Mis,lin, ju) dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas segala bantuan, dukungan dan motivasi yang telah mereka berikan, semoga silahturrahmi terjalin erat dan sukses selalu.
- Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca umumnya.

Wassalam
Pekanbaru,26 November 2011

SUZANA
10725000050

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PENGESAHAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan kegunaan Penelitian	10
E. Metode Penelitian	11
F. Sistematika Penulisan	14
BAB II GAMBARAN UMUM DESA SEGAMAI	
KECAMATAN TELUK MERANTI	
A. Letak Dan Batas Wilayah	16
B. Keadaan Desa Dan Jumlah Penduduk	17
C. Perekonomian	20
D. Pendidikan Dan Kehidupan Beragama	21
E. Sosial Budaya Masyarakat	25
F. Kelembagaan Pertanian Di Desa Segamai	26

BAB III TELAAH PUSTAKA

A. Pengertian Pemasaran	28
B. Ruang Lingkup Pemasaran	
1. Pasar	29
2. Harga	33
3. Distribusi	35
C. Budi daya tanaman jagung	40
D. Pemanfaatan Gabah Jagung	43
E. Pemasaran Dalam Islam	46

BAB IV MEKANISME PEMASARAN DAN PEMANFAATAN GABAH JAGUNG DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA SEGAMAI KECAMATAN TELUK MERANTI MENURUT EKONOMI ISLAM

A. Cara Pemasaran Dan Pemanfaatan Gabah Jagung Di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti	52
B. Kendala-Kendala Yang Dihadapi Petani Dalam Memasarkan Dan Memanfaatkan Gabah Jagung Di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti	66
C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pemasaran Dan Pemanfaatan Gabah Jagung Di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti	69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Keadaan Iklim /Curah Hujan Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan	18
Tabel II.2 Jumlah Penduduk Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan	19
Tabel II.3 Mata Pencaharian Penduduk Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan	20
Tabel II.4 Jumlah Sarana Pendidikan di Desa Segamai kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan	22
Tabel II.5 Klasifikasi Pendidikan di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan	23
Tabe II. 6 Jumlah Sarana Peribadatan di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan	25
Tabel II.7 Nama Kelompok Tani Dan Kedudukannya	26
Tabel II.8 Nama Gabungan Kelompok Tani (GAPATOKAN) dan Kedudukannya	27
Tabel IV.1 Wilayah Pemasaran Gabah Jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan	54
Tabel IV.2 Pendapat Responden Tentang Permintaan Pasar Terhadap Gabah Jagung di Desa Segamai	55
Tabel IV.3 Harga Gabah Jagung di Desa Segamai Berdasarkan Kualitasnya	57
Tabel IV.4 Pendapat Responden Tentang Harga Gabah Jagung di Desa Segamai	58
Tabel IV.5 Pendapat Responden Tentang Pendistribusian Gabah Jagung di Desa Segamai	60

Tabel IV.6 Pendapat Responden Tentang Pemanfaatan Gabah Jagung di Desa Segamai	62
Tabel IV.7 Pendapat Responden Tentang Pemanfaatan Gabah Jagung di Desa Segamai	63
Tabel IV.8 Pendapat Responden Tentang Penghasilan Petani Jagung di Desa Segamai	64
Tabel IV.9 Pendapat Responden Tentang Terbantu/ Tidak Perekonomian Dengan Menjadi Petani Jagung	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Kegiatan manusia di muka bumi pada dasarnya adalah untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya, di zaman dahulu kebanyakan manusia memenuhi kebutuhannya dengan cara berburu dan bercocok tanam. Demikian juga perilaku manusia saat ini mengalami kecenderungan untuk mencari pekerjaan, mendapatkan pekerjaan, mempertahankan pekerjaan dan menyelesaikan pekerjaan.

Hal ini menandakan bahwa manusia mempunyai pola perilaku untuk memenuhi kebutuhan yang relatif sama antara satu dengan yang lainnya walaupun tidak persis. Proses yang berulang dari pemenuhan kebutuhan ini menjadikan manusia dapat mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan memverifikasi pola perilaku yang lebih efektif dalam memenuhi kebutuhannya.¹

Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan termasuk bidang ekonomi dan sosial. Karena kegiatan pemasaran menyangkut masalah mengalirnya produk dari produsen ke konsumen, maka pemasaran menciptakan lapangan kerja yang penting bagi masyarakat. Dengan demikian pemasaran merupakan sektor yang penting dalam pendapatan masyarakat. Disamping itu,

¹ Heri, Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2007), Cet.

perlu disadari bahwa sebagian pengeluaran uang masyarakat konsumen mengalir kekegiatan pemasaran.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.²

Bahkan dalam sebuah hadits Rasulullah SAW bersabda tentang penting nya pemasaran :

حَدِيثُ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ :
عَلَيْهِ أَنَّهُ نَهَى الْبَيْعَ

Artinya : “diriwayatkan dari Abdilllah bin Mas’ud radhiyallahu ‘anhu, dia telah berkata : Dari Nabi Shallallahu ‘alaihi wasallam bahwa beliau melarang menahan pembelian barang-barang dagangan (HR. Al-Bukhori)³

Hadist ini menerangkan bahwa menahan barang dagangan sebelum sampai di pasar hukumnya haram, karena merugikan orang lain serta mengakibatkan rusaknya harga pasar.⁴

Pentingnya pemasaran dalam masyarakat, tercermin pula pada setiap kehidupan dalam masyarakat yang tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Hal ini terutama disebabkan karena proses pemasaran menambah kegunaan dari produk yang ada, yaitu kegunaan karena waktu, kegunaan karena tempat, dan

² Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 1996), h. 5

³ Abi Abdilllah bin Ismail, bin Ibrahim Al-Bukhori, *Shahih Al-Bukhori*, (Kairo : Darul Ibn Haisan, 1425 H/2003), No. 2149, h. 242

⁴ Muhammad, Aziz Hakim, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syari’ah*, (Jakarta : Renaisan, 2005), h. 26

kegunaan karena pemilikan. Jadi fungsi pemasaran, seperti pembelian, penjualan, pengangkutan, dan penggudangan, merupakan proses untuk menambah kegunaan produk yang ada. Demikianlah pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan dayaguna suatu barang, yang tadinya kurang berarti disuatu tempat menjadi tinggi nilainya di daerah lain, dan dengan meningkatnya dayaguna suatu barang, maka kebutuhan dan keinginan manusia dapat terpenuhi dengan lebih baik. karena itu pemasaran merupakan usaha untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Oleh karena itu meningkatnya kegiatan pemasaran di suatu daerah dapat mencerminkan tingginya taraf hidup dan tingkat sosial masyarakat di daerah tersebut.

Pada dasarnya pemasaran suatu barang mencakup perpindahan atau aliran dari dua hal, yaitu aliran fisik barang itu sendiri dan aliran kegiatan transaksi untuk barang tersebut. Aliran kegiatan transaksi merupakan rangkaian kegiatan transaksi, mulai dari penjual produsen sampai kepada pembeli konsumen akhir.⁵

Mengalirnya produk dari produsen sampai ke tangan konsumen dilakukan dengan menggunakan peralatan pengangkutan atau transportasi, dan fasilitas penggudangan.

Untuk komoditi pertanian pemasaran terjadi disebabkan oleh empat aspek yaitu antara lain :

1. Kebutuhan yang mendesak
2. Tingkat komersialisasi produsen (petani)

⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1996), Cet. 5, h. 15-18

3. Keadaan harga yang menguntungkan
4. Karena peraturan

Beberapa sebab mengapa terjadi rantai pemasaran hasil pertanian yang panjang dan produsen (petani) sering dirugikan adalah, antara lain :

1. Pasar yang tidak bekerja secara sempurna
2. Lemahnya informasi pasar
3. Lemahnya produsen (petani) memanfaatkan peluang pasar
4. Lemahnya posisi produsen (petani) untuk melakukan penawaran untuk mendapatkan harga yang baik.
5. Produsen (petani) melakukan usaha tani tidak didasarkan pada permintaan pasar, melainkan karena usaha tani yang diusahakan secara turun temurun.⁶

Gabah jagung merupakan salah satu hasil pertanian yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan mempunyai peluang pasar yang besar.⁷ jagung merupakan kebutuhan yang cukup penting bagi kehidupan manusia dan hewan, jagung mempunyai kandungan gizi dan serat kasar yang cukup memadai sebagai makanan pokok pengganti beras, selain sebagai bahan makanan pokok jagung merupakan bahan baku makanan ternak.

Jagung dapat diolah menjadi berbagai bentuk olahan, jagung merupakan bahan dasar olahan untuk minyak goreng, tepung maizena, ethanol,

⁶ Soekartawi, *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), Cet. 8, h. 111-115

⁷ Imam, Soeharto, *Study Kelayakan Proyek Industri*, (Jakarta : Erlangga, 2001), h. 197

asam organik, grits, makanan kecil, industri makanan, dan industri pakan ternak.⁸

Gabah jagung merupakan salah satu bahan baku industri pakan dan pangan serta sebagai makanan pokok di beberapa daerah di Indonesia. Dalam bentuk biji utuh, jagung dapat diolah misalnya menjadi tepung jagung, beras jagung, dan makanan ringan (pop corn dan jagung marning). Jagung dapat pula diproses menjadi minyak goreng, margarin, dan formula makanan. Pati jagung dapat digunakan sebagai bahan baku industri farmasi dan makanan seperti es krim, kue, dan minuman.

Karena cukup beragamnya kegunaan dan hasil olahan produksi gabah jagung tersebut di atas, dan termasuk sebagai komoditi tanaman pangan yang penting, maka perlu ditingkatkan produksinya secara kuantitas, kualitas dan ramah lingkungan /berkelanjutan.⁹

Desa Segamai adalah salah satu Desa yang terdapat di Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan, penduduknya berjumlah 1022 orang yang terdiri dari 505 orang laki-laki dan 517 orang wanita, Desa Segamai merupakan Desa penghasil jagung terbesar di Kabupaten Pelalawan. Perkebunan jagung ini dikelola dengan pola swadaya yang dalam pengelolaannya masih menggunakan modal sendiri. Dari kondisi ini tentu

⁸ Ato, Suprpto, *Investasi Agribisnis Komoditas Unggulan Tanaman Pangan Dan Hortikultura*, (Yogyakarta : Kanisius, 1999), h. 10

⁹ Evers, Hands, *Kebutuhan Pokok Dan Pembagunan*, (Jakarta : PLPIIS, 2000), h. 8

sangat menentukan keberhasilan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan petani khususnya.

Dilihat dari kondisi geografis Desa Segamai sangat cocok untuk dibudi dayakan tanaman jagung, berdasarkan data monografi desa luas areal yang digunakan untuk perkebunan yaitu 1815 ha, dari luas areal untuk perkebunan tersebut maka areal yang digunakan untuk perkebunan jagung 315 ha, dan 1500 ha areal digunakan untuk perkebunan kelapa dan sayuran.

Adapun sistem pengelolaan tanaman jagung ini masih tradisional yaitu dengan cara menyemprot lahan yang akan ditanami jagung dengan menggunakan racun rumput merk roundup dan setelah diracun dibiarkan sekitar 4-5 hari sampai rumputnya membusuk setelah itu baru di bakar, dan sekitar 1 hari setelah dibakar lahan sudah siap untuk di tanamai benih jagung, tanaman jagung ini berumur 4-5 bulan setelah itu tanaman sudah siap untuk dipanen.

Menurut bapak Burhan salah seorang petani jagung yang sebelumnya bekerja sebagai buruh bangunan yang penghasilannya tidak mencukupi kebutuhan ekonomi keluarga, namun setelah menjadi petani jagung ini sangat membantu perekonomiannya bahkan dapat membeli sesuatu, dan menyekolahkan anaknya. Namun terdapat kendala-kendala dalam membudi dayakan tanaman jagung ini diantara kendala-kendala nya adalah sebagai berikut :

1. terkendala dalam permodalannya.
2. kurangnya pengetahuan tentang bercocok tanaman jagung sehingga hama mudah menyerang tanaman jagung
3. susahnya transportasi dalam pengangkutan gabah yang sudah siap dipasarkan.
4. Lemahnya peluang pasar dalam memasarkan gabah jagung.
5. tidak tersedianya peralatan teknologi untuk memanfaatkan gabah jagung tersebut.¹⁰

Menurut Bapak Riduan Kepala Desa Segamai, diantara kendala tersebut diatas ada beberapa kendala yang masih sangat sulit untuk diatasi dimana kendalanya yaitu dalam masalah pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung ini, dalam bidang pemasaran dimana harga jual gabah jagung belum stabil dan sesuai dengan yang diharapkan petani karena petani tidak bisa secara langsung melakukan proses tawar menawar kepada pihak pembeli (konsumen), dimana pihak pembeli menetapkan harga yang sangat rendah, dan pihak pembeli juga membedakan tingkatan kualitas gabah jagung tersebut dari kualitas A-C, dimana kualitas A harganya berkisar antara Rp. 2000-2300/kg, sedangkan kualitas B dengan C harganya berkisar antara Rp. 1500-1900/kg. padahal gabah jagung yang akan dipasarkan itu mempunyai kualitas yang sama sedangkan dalam pemanfaatan gabah jagung itu sendiri masyarakat hanya menggunakan gabah jagung itu untuk makan ternak,

¹⁰ Bapak Burhan, (Petani Jagung), *Wawancara*, Desa Segamai 29 Juli 2011

dijadikan beras jagung/ tepung jagung, dijadikan agar-agar jagung namun dalam mengolahnya masyarakat hanya menggunakan alat yang sangat sederhana, sehingga hasil yang diperoleh hanya cukup untuk di konsumsi sendiri.¹¹

Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.¹² Sistem ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang berorientasi rahmatan lilalamin.¹³

Dari defenisi tersebut, baik ekonomi konvensional maupun ekonomi Islam, dalam banyak hal memiliki kesamaan yakni, sama-sama menyelidiki perilaku manusia dalam kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi yang menyangkut pilihan terhadap sumber daya tersebut guna memenuhi kebutuhan manusia. Tetapi dalam ekonomi Islam tujuan aktivitas ekonomi ditetapkan dengan jelas, tidak hanya mencapai kebahagiaan duniawi dan ukhrawi yang seimbang, tetapi juga untuk mewujudkan keadilan sosial ekonomi.¹⁴

Namun dalam perkembangannya, sistem ekonomi Islam dikenal dalam ruang lingkup yang sempit, yakni hanya pada Bank Syari'ah, Baitulmal Bit Tamwil dan Asuransi Syari'ah. Padahal ruang lingkup ekonomi Islam itu

¹¹ Bapak Riduan, Kepala Desa Segamai, *Wawancara*, 30 Juli 2011

¹² Abdul, Manan, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997), h. 2

¹³ Muslich, *Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta : YKPN, 2007), h. 10

¹⁴ Mohammad, Hidayat, *Pengantar Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta : Zikrul Hakim, 2010), Cet. 1, h. 27

melingkupi sektor riil juga seperti perdagangan, perkebunan, pertanian, industri kecil, dan usaha rumah makan. Semua macam usaha merupakan bagian dari ekonomi Islam.¹⁵

Berdasarkan paparan di atas penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul : “ **MEKANISME PEMASARAN DAN PEMANFAATAN GABAH JAGUNG DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA SEGAMAI KECAMATAN TELUK MERANTI MENURUT EKONOMI ISLAM**”.

B. BATASAN MASALAH

Supaya penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini pada mekanisme pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa segamai Kecamatan Teluk Meranti Menurut Ekonomi Islam.

¹⁵ Karnaen, Perwata, Atmaja, *Jejak Rekam Ekonomi Islam*, (Jakarta : Cicero Publishing, 2008), h. 70

C. RUMUSAN MASALAH

Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti?
2. Apa kendala-kendala yang dihadapi petani dalam memasarkan dan memanfaatkan gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti?
3. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti?

D. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui cara pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti?
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi petani dalam memasarkan dan memanfaatkan gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti.
3. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Merant

Kegunaan penelitian :

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi penulis pada Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Jurusan Ekonomi Islam.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangan informasi dan pengetahuan bagi pihak-pihak lain yang ingin mengadakan penelitian terhadap masalah yang sama untuk masa yang akan datang.
3. Untuk menambah wawasan penulis dengan mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh selama menjalani kuliah.

E. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan mengambil lokasi penelitian di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti. Alasannya karena di Desa segamai ini terdapat banyak petani jagung akan tetapi melihat selama ini pemasaran dan pemanfaatan gabah jagungnya tidak sesuai dengan hasil yang diharapkan oleh petani dalam meningkatkan perekonomian.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah petani jagung yang terdapat di Desa segamai Kecamatan Teluk Meranti, sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah mekanisme pemasaran dan pemanfaatan

gabah jagung dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 284 orang, yang terdiri dari petani jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti, dan dari jumlah populasi diambil sampel sebesar 15% yakni sebanyak 43 orang dengan menggunakan teknik *random sampling*.

4. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yaitu :

- a. Data Primer, yaitu keterangan yang diterima langsung dari Petani, Kepala Desa, Sekretaris Desa dan Tokoh Masyarakat setempat melalui wawancara
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literatur dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini.

5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah:

- a. Observasi, yaitu suatu metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap masalah yang terjadi di lapangan yang merupakan data primer.
- b. Wawancara, yaitu dengan cara melakukan tanya jawab langsung kepada responden, yaitu Petani jagung, Kepala Desa, dan Tokoh Masyarakat di Daerah yang diteliti.

c. Angket, yaitu membuat sejumlah pertanyaan tertulis yang di ajukan kepada responden guna mendapatkan informasi tentang permasalahan yang diteliti.

6. Metode Analisa Data

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif kualitatif, yaitu menganalisa data-data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut, kemudian diuraikan antara satu data dengan data yang lainnya, sehingga diperoleh gambaran umum yang utuh tentang masalah yang diteliti.

7. Metode Penulisan

Dalam pembahasan ini penulis menggunakan data sebagai berikut:

- a. Induktif, yaitu dengan cara menggunakan fakta yang ada relevansinya dengan masalah yang diteliti kemudian diambil kesimpulan dari fakta tersebut secara umum.
- b. Deduktif yaitu, dengan cara mengumpulkan kaedah-kaedah yang umum untuk diuraikan dan diambil kesimpulannya.
- c. Deskriptif yaitu, dengan cara menguraikan data-data yang diperoleh kemudian dianalisa

8. SISTEMATIKA PENULISAN

Laporan ini disusun secara sistematika agar lebih mudah dipahami, yang terdiri dari lima Bab dan setiap Bab terdiri dari beberapa bagian dengan perincian sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Meliputi latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian Dan Sistematika Penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

Dalam Bab Ini Akan Di Uraikan Mengenai Gambaran Umum Daerah Penelitian Yang Meliputi Letak dan Batas Wilayah, Keadaan Desa dan Jumlah Penduduk, Perekonomian, Pendidikan dan Kehidupan Beragama Sosial Budaya Masyarakat, Dan Kelembagaan Pertanian.

BAB III : TELAAH PUSTAKA

Dalam Bab Ini Membahas Tentang Pengertian Pemasaran, Ruang Lingkup Pemasaran, Yang Terdiri Dari Pasar, Harga, Distribusi, Budi Daya Tanaman Jagung, Pemanfaatan Gabah Jagung, Pemasaran Gabah Jagung.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab Ini Menjelaskan cara Pemasaran Dan Pemanfaatan Gabah Jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti, Untuk Mengetahui Kendala-Kendala Yang Dihadapi Petani Dalam Memasarkan Dan Memanfaatkan Gabah Jagung Di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti dan Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pemasaran Dan Pemanfaatan Gabah Jagung Di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

BAB II

GAMBARAN UMUM DESA SEGAMAI KECAMATAN TELUK MERANTI KABUPATEN PELALAWAN

A. Letak Dan Batas Wilayah

Desa segamai adalah salah satu dari 9 desa yang ada di kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan. Desa Segamai ini berdiri karena kekaguman atas besarnya persatuan dan harapan masyarakat untuk menamakan Desa mereka dengan Desa Segamai, dengan harapan bisa jadi sebuah Desa yang makmur, dan masyarakat yang memiliki budi pekerti yang luhur.

Sebelum dinamakan Desa Segamai ini masyarakat sebelumnya terpencar-pencar di beberapa tempat dengan mendirikan pondok sebagai tempat tinggalnya dan untuk memenuhi kehidupan mereka sehari-hari mereka berladang padi, dan menjadi nelayan dengan menggunakan alat yang sangat sederhana dan penghasilan yang mereka peroleh hanya cukup untuk makan. Namun lama kelamaan dari masyarakat yang terpencar-pencar tersebut berinisiatif untuk mendirikan sebuah desa maka dengan hasil musyawarah dari warga yang sangat minim itu maka diberilah nama dengan nama Desa Segamai sehingga lama kelamaan penduduk yang terpencar-pencar itu berdatangan ke Desa Segamai yang pada awal berdirinya Desa Segamai yang jumlah penduduknya ± 30 orang yang terdiri dari 10 kepala keluarga.

Dalam pelaksanaan pemerintahan Desa Kepala Desa Segamai dibantu oleh perangkat yang lain yaitu Sekretaris Desa, Kepala Dusun (KADUS), Rukun Warga (RW), Rukun Tetangga (RT). Di Desa Segamai juga terdapat lembaga yang berfungsi sebagai mitra pemerintah kerja Desa yaitu BPD (Badan Perwakilan Desa) dan LKMD(Lembaga Kemasyarakatan Desa) yang diangkat oleh masyarakat yang berfungsi untuk menampung aspirasi masyarakat.

Desa Segamai terdiri dari 3 dusun, 4 RW dan 9 RT, luas daerah Desa Segamai 5976 Ha jarak Desa Segamai dengan ibu kota Propinsi lebih kurang ± 238 Km, ke ibu kota Kabupaten 198 Km dan ke ibu kota Kecamatan 63,2 Km, sedangkan batas-batas wilayah Desa Segamai adalah sebagai berikut :

- a. Sebelah utara : Kabupaten Siak
- b. Sebelah selatan : Kabupaten Indra Giri Hilir
- c. Sebelah timur : Desa Gambut Mutiara
- d. Sebelah barat : Kelurahan Pulau Muda

B. Keadaan Desa Dan Jumlah Penduduk

TABEL II.1

**Keadaan Iklim/Curah Hujan Desa Segamai kecamatan Teluk
Meranti Kabupaten Pelalawan**

No	Bulan/Tahun	2007		2008		2009		2010	
		Jml mm ³	Jml hari	Jml mm ³	Jml hari	Jml mm ³	Jml hari	Jml mm ³	Jml hari
1	JANUARI	541	14	195	10	223	8	-	-
2	FEBRUARI	64,50	7	269	8	45	1	118,25	7
3	MARET	188	6	74	5	295,6	15	203	19
4	APRIL	154	11	249	13	288,6	7	217	10
5	MEI	146	11	285	14	19	3	120	8
6	JUNI	188,5	7	24	7	9	2	114	7
7	JULI	15	4	8	4	125	4	-	-
8	AGUSTUS	92	4	38	4	110	7	147	8
9	SEPTEMBER	65,5	8	11	12	241	9	157	10
10	OKTOBER	276,5	9	262,7	9	233,6	7	133	11
11	NOVEMBER	66	12	248	17	-	-	194	14
12	DESEMBER	267,5	14	125	15	-	-	229	13

Data Dari Dinas Penyuluhan Pertanian lapangan Kabupaten Pelalawan

Penduduk merupakan faktor penting dalam dinamika pembangunan karena disamping sebagai modal dasar juga sebagai objek dan subjek dari pembangunan itu sendiri Jumlah penduduk yang ada di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan berjumlah 1022 orang yang

terdiri dari 505 orang laki-laki, 517 orang perempuan dan 253 kepala keluarga.

Untuk lebih jelas dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

TABEL II. 2

Jumlah Penduduk Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti

Kabupaten Pelalawan

No	Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	0-6 tahun	64	69	133
2	7-12 tahun	71	75	146
3	13-18 tahun	87	90	177
4	19-24 tahun	99	97	196
5	25-55 tahun	97	98	195
6	56-tahun keatas	87	88	175
		505	517	1022

Sumber data : statistik kantor kepala desa segamai kecamatan teluk meranti, 2010

Dari tabel di atas terlihat jumlah penduduk Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan adalah 1022 jiwa, yang terdiri dari laki-laki berjumlah 505 jiwa, dan perempuan berjumlah 517 jiwa, jumlah perempuan lebih besar dari laki-laki. Dan dari tabel di atas terlihat bahwa jumlah penduduk terbesar pada usia 19-24 dan pada usia 25-55 tahun yaitu 196 dan 195, dan jumlah penduduk terkecil pada usia 0-6 tahun yaitu 133 orang.

C. Perekonomian

tingkat perekonomian masyarakat Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan masih di bawah standar atau tergolong pada masyarakat yang mempunyai ekonomi lemah, kebanyakan mereka bekerja sebagai petani dan buruh, namun sebagian masyarakat ada juga yang bekerja sebagai pegawai negeri, pedagang. Untuk lebih jelas dapat dilihat tabel di bawah ini :

TABEL II. 3

**Mata Pencaharian Penduduk Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti
Kabupaten Pelalawan**

No	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah
1	Pegawai Negeri	3 orang
2	Bidan	1 orang
3	Pedagang	10 orang
4	Petani	325 orang
5	Buruh Tani	275 orang
6	Tukang Kayu	9 orang
7	Tukang Jahit	5 orang
8	Dukun	10 orang
	Jumlah	638 orang

Sumber data : Kantor Kepala Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti

Tahun 2010

Dari tabel di atas terlihat bahwa mata pencaharian penduduk Desa Segamai yang paling besar adalah pada bidang pertanian yaitu sebanyak 325 jiwa sebagai petani pemilik dan 275 jiwa sebagai buruh tani, dan mata pencaharian yang sangat sedikit yaitu yang bergerak pada bidang kesehatan yaitu 1 orang.

D. Pendidikan Dan Kehidupan Beragama

Dalam pelaksanaan pendidikan telah dibentuk suatu sistem pendidikan nasional yang merupakan realisasi dari undang-undang dasar 1945 pasal 31 yang menyatakan bahwa : “bahwa tiap-tiap warga negara berhak mendapatkan pengajaran.” Pendidikan dilakukan melalui dua jalur, yaitu pendidikan sekolah atau formal dan pendidikan diluar sekolah atau non formal, baik negeri maupun swasta.

Pendidikan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menjalani kehidupan manusia baik kehidupan perorangan, keluarga maupun kehidupan berbangsa, bernegara dan beragama. Biasanya semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi tingkat kesadaran penduduk dalam mentaati aturan.

Seperti di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan dimana jalur pendidikannya ditempuh melalui jalur pendidikan formal dan non formal.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

TABEL II. 4

**Banyaknya Sarana Pendidikan Di Desa Segamai Kecamatan
Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan**

No	Tempat Pendidikan	Jumlah
1	SLTP/ Sederajat	1 buah
2	SD	1 buah
3	MDA	1 buah
	Jumlah	3 buah

Sumber data : Kantor Kepala Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti

Tahun 2010.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa sarana pendidikan di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan dapat dikatakan belum baik, karena sarana pendidikan yang tersedia masih sangat sedikit hal ini dapat dilihat jumlah sarana pendidikan untuk SLTP/ sederajat adalah 1 buah, SD berjumlah 1 buah, dan MDA 1 buah, jadi jumlah keseluruhan tempat pendidikan yang ada di Desa Segamai adalah 3 buah.

Berdasarkan wawancara penulis dengan tokoh masyarakat setempat, bahwasannya di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti sangat jauh ketinggalan dengan Desa-desa yang ada di Kecamatan Teluk Meranti khususnya dan Kabupaten Pelalawan umumnya, hal ini dapat kita lihat dimana sarana pendidikan yang tersedia di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti sangat minim dan begitu juga dengan prasarana perhubungan yang menghubungkan

Desa Segamai dengan Desa tetangga juga sangat sulit sebab lainnya adalah kurangnya minat dari orang tua dan peserta didik untuk melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi lagi, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

TABEL II. 5

**Klasifikasi Pendidikan Desa Segamai Kecamatan Teluk
Meranti Kabupaten Pelalawan**

No	Pendidikan	Jumlah
1	D III	10 orang
2	SLTA/ sederajat	20 orang
3	SLTP/ sederajat	50 orang
4	SD	475 orang
5	tidak tamat sekolah/belum tamat SD	467 orang
	Jumlah	1022 orang

Sumber Data : Kantor Kepala Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti

Tahun 2010.

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa penduduk Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti lebih banyak menuntuk ilmu sampai jenjang pendidikan sekolah dasar (SD), dengan jumlah 475 orang, yang tidak tamat SD/belum tamat sebanyak 467 orang, yang berpendidikan SLTP/ sederajat 50

orang, SLTA/ sederajat 20 orang, dan pendidikan akademik/ DIII 10 orang. Secara umum penduduknya tergolong berpendidikan relatif rendah, sehingga merupakan suatu kendala dalam upaya mempercepat pembangunan yang berkaitan dengan usaha meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat.

Didalam menjalani Kehidupan, agama merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi manusia, karena tanpa agama manusia tidak akan mengetahui arah hidupnya dan akan terasa terombang-ambing dalam menjalani hidupnya, sehingga dengan adanya agama maka setiap manusia akan mengetahui arah hidupnya dan akan merasa nikmat dalam menjalani hidupnya.

Di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti mayoritas penduduknya beragama Islam dimana untuk menunjang kegiatan keagamaan di desa segamai, maka dibangun tempat peribadatan karena penduduk mayoritas beragama Islam maka di Desa Segamai dibangun masjid dan mushola untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

TABEL II. 6

Jumlah Sarana Peribadatan Di Desa Segamai Kecamatan Teluk

Meranti Kabupaten Pelalawan

No	Jenis Sarana Peribadatan	Jumlah
1	Masjid	2 buah
2	Mushalla	2 buah
	Jumlah	4 buah

Sumber Data : Kantor Kepala Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Tahun 2010.

Tabel di atas menunjukkan bahwa di Desa Segamai terdapat 2 buah masjid dan 2 buah mushala.

Dilihat kehidupan keagamaan di Desa Segamai banyak mengalami kemajuan hal ini terbukti dengan adanya serangkaian kegiatan rutin yang dilaksanakan masyarakat pemeluk agama Islam mereka menggunakan masjid dan mushalla sebagai tempat untuk melaksanakan berbagai macam kegiatan keagamaan seperti, shalat berjama'ah, memperingati hari-hari besar agama Islam, wirid yasin setiap minggunya pada hari jum'at serta banyak kegiatan keagamaan lainya yang memfungsikan masjid sebagai pusat kegiatannya.

E. Sosial Budaya Masyarakat

Budaya yang berkembang pada masyarakat Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan adalah budaya melayu. Karena mayoritas masyarakat yang ada di Desa Segamai adalah suku melayu, yang merupakan

penduduk pindahan yang dulunya terpencar-pencar di beberapa aliran sungai yang ada di wilayah Kecamatan Teluk Meranti. Yang pada akhirnya mereka berinisiatif untuk membentuk sebuah Desa dengan mendirikan rumah-rumah yang sangat sederhana, sehingga akhirnya suku melayu berkembang disana.

F. Kelembagaan Pertanian Di Desa Segamai

TABEL II. 7

Nama Kelompok Tani Dan Kedudukannya

No	Nama Desa	Nama Kelompok	Nama Pengurus				Jumlah Anggota	modal kelompok	Jenis Usaha	Luas (Ha)
			Ketua	Wakil	Sekretaris	Bendahara				
1	Segamai	Putra Segamai	Eddy Saritonga	Samsul	Abdul Gani	Jamir	22	Swadaya	Jagung	25
2	Segamai	Sri Makmur	Aris	Adnan	Sayrum	Suherman	24	Swadaya	Jagung	25
3	Segamai	Segamai Jaya	M. Ali	Awang	Rijaldi	Sudirman	25	Swadaya	Jagung	30
4	Segamai	Harapan Makmur	Rudi	Manab	Samir	Swardi	22	Swadaya	Jagung	25
5	Segamai	Punama Raya	Bujang. G	Agus	Usman	Safar	25	Swadaya	Jagung	25
6	Segamai	Berkah Tani	Edy Supoyo	Aris	Anto	Jani	20	Swadaya	Sayuran	3
7	Segamai	Nio permai	Sudirman	Salim	Midin	Amri	25	Swadaya	Jagung	30
8	Segamai	Indah lestari	Kaharudin	Anto	Dani	Abu	22	Swadaya	Jagung	25
		Jumlah	-	-	-	-	185	-	-	188

TABEL II. 8**Nama Gabungan Kelompok Tani (GAPATOKAN) dan kedudukannya**

No	Nama Desa	Nama Gapatokan	Nama Pengurus				Jumlah Anggota	Modal Gapatokan	Jenis Usaha	Luas (Ha)
			Ketua	Wakil	Sekretaris	Bendahara				
			Ketua	Wakil	Sekretaris	Bendahara	-	-	-	-
1	Segamai	Cahaya Segamai	Feri	Burhan	Jailani	Abdul	119	Swadaya	Jagung	130
		Jumlah	-	-	-	-	119	-	-	130

Sumber Data: Dari Dinas Penyuluhan Pertanian Lapangan

BAB III

TELAAH PUSTAKA

A. PENGERTIAN PEMASARAN

pemasaran merupakan suatu faktor yang penting dalam siklus yang bermula dan berakhir pada terpenuhinya kebutuhan konsumen. Pemasaran harus dapat membaca, dan mengkombinasikan kebutuhan konsumen, sehingga dapat diambil suatu kebijakan.

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan penawaran dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai (*product value*) dengan orang atau kelompok lain.¹ William. J. Staton mendefenisikan pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.²

¹ Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi, 1997), h.

² Swasta, Basu, *Azaz-Azaz Marketing*, (Yogyakarta : Liberty, 1991)

Menurut arand, pemasaran adalah suatu proses sosial yang mengandung perancangan dan pelaksanaan kegiatan pertukaran dengan tujuan memenuhi kehendak pengguna.³

Menurut American marketing association yang menyatakan pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen.⁴

B. RUANG LINGKUP PEMASARAN

1. Pasar

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Pasar tanpa pemasaran tidak ada artinya, demikian pula pemasaran tanpa pasar juga tidak berarti. Dengan kata lain setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar.

Pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu.

³ Zainal Abidin Mohd, *Pengurusan Pemasaran*, (Kuala Lumpur : Dewan Bahasa, 1992

⁴ Sofjan Assauri, *Op Cit*, h. 3

Artinya dalam pasar ini juga terdapat penjual dan pembeli adalah untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.

Pendapat ini tidak salah karena pengertian masyarakat memang demikian adanya. Namun dalam praktiknya pengertian pasar dapat lebih luas lagi. Artinya pembeli dan penjual tidak harus bertemu disuatu tempat untuk melakukan transaksi, tetapi cukup melalui sarana elektronik seperti telepon, faksimili, atau melalui internet. Dalam pengertian awal pasar memiliki lokasi atau tempat tertentu, sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi. Namun dalam pengertian pasar dapat terjadi disembarang tempat melalui berbagai sarana dan prasarana yang ada.

Pengertian lebih luas tentang pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Pasar juga dapat diartikan pula sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran.

Dari pengertian ini mengandung arti bahwa pasar merupakan kumpulan atau himpunan dari para pembeli, baik pembeli nyata maupun pembeli potensial atas suatu produk atau jasa tertentu. Pasar juga mengandung arti adanya kekuatan permintaan dan penawaran terhadap suatu produk.⁵

⁵ Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Kencana, 2006), h. 69-70

Pengertian pasar menurut para ahli, merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga, pendapat ahli yang lain mengatakan bahwa pasar merupakan sekelompok orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar sehingga dengan demikian terbentuk harga. Salah seorang ahli pemasaran, Stanton mengemukakan pengertian lain tentang pasar yakni merupakan kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya.⁶

Dari definisi-definisi yang dikemukakan di atas, secara keseluruhan dapat diketahui, bahwa besar/ luasnya pasar sangat tergantung pada banyaknya pembeli yang mungkin ada untuk suatu tawaran tertentu dengan demikian mereka berada di pasar, pada dasarnya memiliki 3 karakteristik tertentu yaitu ;

a. Minat

langkah pertama yang harus dilakukan oleh pemasar berkaitan dengan minat adalah mengestimasi jumlah konsumen yang mempunyai minat potensial untuk membeli barang/ jasa yang dihasilkan untuk mendapatkan hal tersebut, pemasar harus melakukan

⁶ Husein,Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka, 2005), Edisi ke-3, h. 35

suatu penelitian pasar untuk mendapatkan suatu kepastian tentang minat yang kuat untuk mendapatkan sesuatu dari yang kita hasilkan.

Hal ini perlu dilakukan, karena untuk mendapatkan pasar yang potensial adalah usaha kita untuk mengetahui himpunan konsumen yang menyatakan minat pada suatu pasar tertentu.

b. Pendapatan

Keberhasilan pemasar dalam mendapatkan data tentang minat konsumen pada prinsipnya belum cukup untuk menentukan suatu pasar, karena yang disebut konsumen potensial harus memiliki pendapatan yang memadai untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Mereka harus sanggup dan mampu untuk membeli suatu produk dengan harga tertentu baik tinggi, menengah maupun rendah.

c. Akses

Hal ketiga yang harus diperhatikan oleh pemasar adalah kendala atau perintang jangkauan mengurangi luasnya pasar.

Sebagai misal, apabila suatu produk tidak didistribusikan pada suatu daerah tertentu karena ongkos angkutnya tinggi, maka daerah tersebut konsumen potensial bagi pemasar. Dengan demikian pasar yang tersedia adalah himpunan konsumen yang mempunyai : minat, pendapatan dan akses terhadap suatu tawaran pasar tertentu.⁷

⁷ Marius p. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 74-75

Jenis-Jenis Pasar :

1. Pasar Persaingan Sempurna

pasar persaingan sempurna adalah suatu pasar dimana terdapat sejumlah besar penjual dan pembeli, sehingga tindakan penjual secara individu tidak dapat mempengaruhi harga barang di pasar.

Dalam pasar ini perusahaan bebas keluar masuk industry, artinya tidak ada hambatan apapun yang membatasi untuk masuk dan keluar. Dalam pasar ini setiap produsen adalah pengambil harga (price taker)

2. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik adalah suatu pasar dimana terdapat banyak penjual atau perusahaan dan mempunyai ukuran yang relatif sama besarnya. Produk yang dihasilkan berbeda corak sehingga secara fisik mudah dibedakan antara produsen suatu perusahaan dengan perusahaan lain.

3. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli adalah sebuah struktur pasar yang hanya terdapat sedikit penjual yang menjual barang yang sama, contohnya di pasar ada penjual air mineral, aqua dan air mineral merk ades, kedua perusahaan memproduksi produk identik, sehingga mereka terdorong untuk menawarkan harga yang sama.

4. Pasar Monopoli

Adalah struktur pasar dimana hanya terdapat satu penjual. Barang yang dihasilkan tidak mempunyai barang pengganti yang mirip.⁸

a. Harga

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya.⁹

Harga dapat didefinisikan adalah sejumlah uang ditambah beberapa barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga

Dalam kenyataannya tingkat harga terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti :

1. Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya, tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar.

⁸ Kasmir, *Op Cit*, h. 72-73

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2004), h.152

2. Penawaran

Penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

3. Elastisitas permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harga tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual

4. Persaingan

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Barang-barang dari hasil pertanian misalnya, dijual dalam keadaan persaingan murni (pure competition). Dalam persaingan seperti ini penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli lain.

5. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua

biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun biaya non operasi, akan menghasilkan keuntungan.

6. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk : penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha kearah monopoli.¹⁰

c. Distribusi

Distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang saling tergantung dalam menyediakan suatu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi atau pengguna bisnis.¹¹

Usaha untuk memperlancar arus barang/ jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting yang tidak boleh diabaikan adalah memilih secara tepat saluran distribusi yang akan digunakan dalam rangka usaha penyaluran barang/jasa-jasa dari produsen ke konsumen.

Beberapa pengertian saluran distribusi yang dikemukakan antara lain sebagai berikut :

¹⁰ Basu, Swastha, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta : Liberty, 1988), h. 31

¹¹ Philip, Kotler dan Gary Amsstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : Pretalindo, 1998), h. 20

a. Menurut David a. Revzan

Saluran distribusi merupakan jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai.

b. Menurut the American Marketing Association

Saluran distribusi merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, pedagang besar dan pengecer melalui mana sebuah komoditi, produk atau jasa dipasarkan.

c. Menurut Philip Kotler

Saluran distribusi sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak, atau membantu dalam mengalihkan hak atas barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.

1. Tipe-Tipe Dari Saluran Distribusi

Proses penyaluran produk sampai ke tangan konsumen akhir dapat menggunakan saluran yang panjang ataupun pendek sesuai dengan kebijaksanaan saluran distribusi yang ingin dilaksanakan perusahaan, mata rantai distribusi menurut bentuknya dibagi atas dua :

a. Saluran Distribusi Langsung

Adalah bentuk penyaluran barang-barang/ jasa dari produsen ke konsumen dengan tidak melalui perantara.

Bentuk saluran distribusi langsung dapat dibagi dalam 4 macam yaitu sebagai berikut :

1. Selling at the point production

Adalah bentuk penjualan langsung dilakukan di tempat produksi.

Contoh :

“Petani buah yang melakukan penjualan buah-buah yang dihasilkan langsung dikebunnya kepada konsumen”.

2. Selling at producer’s retail store

Adalah penjualan yang dilakukan di tempat pengecer. Bentuk penjualan ini biasanya produsen tidak melakukan penjualan langsung kepada konsumen tetapi melalui/dilimpahkan kepada pihak pengecer.

3. Selling door to door

Adalah penjualan yang dilakukan oleh produsen langsung ke konsumen dengan mengerahkan salesmennya kerumah-rumah atau ke kantor konsumen.

4. Selling through mail

Adalah penjualan yang dilakukan perusahaan dengan menggunakan jasa pos.

5. Saluran Distribusi Tidak Langsung

Adalah bentuk saluran distribusi yang menggunakan jasa perantara dan agen untuk menyalurkan barang/jasa kepada para konsumen.

Yang dimaksud dengan perantara adalah mereka yang membeli dan menjual barang-barang tersebut dan memilikinya.

Sedangkan yang dimaksud dengan agen adalah orang atau perusahaan yang membeli atau menjual barang untuk perdagangan besar (manufaktur).

2. Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Menentukan Saluran Distribusi

Dalam pemilihan saluran distribusi, produsen harus memperhatikan beberapa factor yang penting. Produsen harus mempertimbangkan dengan seksama saluran distribusi mana yang akan dan paling tepat untuk dipakai sebagai sarana memasarkan hasil produksinya.

a. Faktor pasar

Karena saluran distribusi sangat dipengaruhi oleh pola pembeli konsumen, maka keadaan pasar ini merupakan faktor penentu yang harus diperhatikan adalah :

1. Konsumen atau pasar industry
2. Jumlah pembeli potensial
3. Konsentrasi pasar secara geografis
4. Jumlah pesanan
5. Kebiasaan dalam pembelian

b. Faktor barang

Beberapa factor yang harus dipertimbangkan dari segi barang antara lain :

1. Nilai unit
 2. Besar dan berat barang
 3. Mudah rusaknya barang
 4. Sifat teknis
 5. Barang standard dan pesanan
- c. Faktor perusahaan

Pada segi perusahaan, beberapa factor yang perlu dipertimbangkan adalah :

1. Sumber pembelanjaan
 2. Pengalaman dan kemampuan manajemen
 3. Pengawasan saluran
- d. Faktor perantara

Pada segi perantara, beberapa factor yang perlu diperhatikan adalah:

1. Pelayanan yang diberi perantara
 2. Kegunaan perantara
 3. Sikap perantara terhadap kebijaksanaan produsen
 4. Volume penjualan
 5. Ongkos
- e. Faktor Saingan

Pengecer membeli barangnya dari produsen dan dijual lagi pada konsumen, adapula beberapa produsen beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer agar langsung dapat melayani konsumen.¹²

¹² Marius, Angipora, *Op.Cit*, h. 295-311

5. BUDI DAYA TANAMAN JAGUNG

Tanaman jagung dapat tumbuh baik hampir disemua macam tanah, tetapi tanaman ini akan dapat tumbuh lebih baik pada tanah yang gembur, kaya akan humus, tanah yang padat serta kuat menahan air tidak baik untuk ditanami jagung, karena pertumbuhan akar-akarnya akan menjadi buruk.

Jagung sangat baik tumbuh pada PH tanah (kemasaman tanah) antara 5,5-7.0, tanaman ini dapat tumbuh pada 0-1300 m dari atas permukaan laut.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingginya hasil jagung antara lain :

- a. Tanah dan kesuburan tanah
- b. Persiapan tanah
- c. Benih yang bagus
- d. Waktu tanam yang tepat
- e. Pengendalian hama penyakit dan gulma.¹³

Pemilihan varietas jagung diarahkan untuk varietas unggul yang dapat memberi hasil tinggi dengan keuntungan besar bagi petani, varietas jagung ideal dicirikan oleh sifat-sifat sebagai berikut:

1. Berdaya hasil tinggi
2. Umur pendek
3. Toleran atau tahan terhadap penyakit dan hama

¹³ Suprpto, Hs, *Bertanam Jagung*, (Jakarta : PT. Penebar Swadaya, 1986), h. 6-7

4. Beradaptasi baik pada berbagai lingkungan
5. Tegap dan tahan rebah
6. Tanaman pendek
7. Kulit jagung menutupi tongkol drngan rapat
8. Biji keras dengan warna rata.

Golongan jagung yang terdapat di Indonesia ada empat macam yaitu :

1. Jagung gigi kuda
2. Jagung mutiara
3. Jagung manis
4. Jagung brondong

Hama yang menyerang tanaman jagung

1. Lundi, hama ini merupakan hama penting tanaman jagung, untuk memberantas hama ini dapat digunakan insektisida mephostolan atau carbofuran dosis 1,5 kg bahan aktif/ha dapat menurunkan hama lundi.
2. Lalat bibit, untuk mencegah atau memberantas lalat bibit ini dapat segera dilakukan setiap 2-3 hari sekali dengan salah satu obat-obatan seperti folidol, basudin, dia ziron, agrocide.
3. Ulat tanah, hama ini menyerang pada waktu tanam masih kecil, dapat diberantas cara mencari dan membunuh ulatnya.
4. Ulat daun, ulat ini menyerang pucuk daun pada waktu tanaman berumur satu bulan, harus segera disemprot dengan pestisida.
5. Penggerek batang, hama ini menyerang pada waktu tanaman telah berbunga, tindakan pencegahan dapat dilakukan dengan mengadakan penyemprotan pada saat menjelang tanaman berbunga.

6. Ulat tentara, hama ini menyerang daun tanaman dewasa biasanya pada malam hari, kadang dalam jumlah ratusan penyemprotan harus segera dilakukan begitu gejala pertama terlihat.
7. Ulat tongkol, merupakan ulat perusak tanaman yang penting, terutama penyerang bakal buah atau tongkol jagung.

Pengolahan pasca panen

1. Panen

Panen jagung sebagian besar terjadi pada musim penghujan sehingga banyak timbul masalah dalam pengelolaan lepas panen yang meliputi serangkaian proses yang dimulai dari panen sampai terwujudnya berbagai bentuk komoditi dengan tingkat mutu yang dikehendaki konsumen.

2. Pengeringan

Pengeringan jagung sampai sekarang sebagian besar dilaksanakan dengan penjemuran, penjemuran dengan kulitnya ada yang terkelupas, dan ada yang pipil, pengeringan dapat juga dengan mesin yaitu dengan menggunakan “*grain drayer*”.

3. Penyimpanan

Dalam penyimpanan masal kadar air sangat menentukan daya simpan, penyimpanan jagung dapat dilaksanakan dalam beberapa bentuk berikut tongkol, terkupas, dan pipilan. Bahan yang disimpan umumnya dalam keadaan kering dengan kadar air maksimum 14%.¹⁴

¹⁴ *Ibid*, h46-49

6. PEMANFAATAN GABAH JAGUNG

Jagung (*zea mays*), merupakan kebutuhan yang cukup penting bagi kehidupan manusia dan hewan, gabah jagung mempunyai kandungan gizi dan serat kasar yang cukup memadai, sebagai makanan pokok pengganti beras, selain sebagai bahan makanan pokok, gabah jagung merupakan bahan baku makanan ternak.

Gabah jagung dapat diolah menjadi berbagai bentuk olahan, gabah jagung merupakan bahan dasar atau bahan olahan untuk minyak goreng, tepung maizena, ethanol, asam organik, grits, makanan kecil, industry makanan, dan industry pakan ternak.¹⁵

Sebagai bahan pangan, gabah jagung dapat dikonsumsi dalam bentuk yang beraneka ragam, yaitu dalam bentuk utuh dan segar, dikeringkan, dipecah dan digiling.

Jagung merupakan komoditi yang tergolong bahan baku mentah. Perkembangan produksi jagung telah mendorong munculnya berbagai industri yang besar peranannya dalam meningkatkan nilai tambah bagi petani.¹⁶

Tanaman yang dibudidayakan oleh manusia pada prinsipnya mempunyai tujuan utama untuk memperoleh produksi maksimum yang berkesinambungan, jadi produksi dibutuhkan secara

¹⁵ Ato Suprpto, *Loc. Cit*

¹⁶ Setiyadi, *Tanaman Pangan Dan Hortikultura*, (Jakarta : PT. Balai Pustaka, 1996), h. 18

langsung maupun tidak langsung hingga manusia dapat memanfaatkan produksi tersebut untuk kehidupannya.

Produksi jagung yang berupa biji jagung dapat dikonsumsi langsung oleh manusia, baik disajikan dalam bentuk makanan maupun diproses terlebih dahulu menjadi beras ataupun tepung, sedangkan konsumsi dari produksi jagung yang diperlukan secara tidak langsung oleh manusia ialah jagung untuk makanan ternak.¹⁷

Selain untuk diolah menjadi makanan gabah jagung juga dapat digunakan untuk mengobati berbagai Macam penyakit, seperti diabetes mellitus, mengobati radang ginjal, hepatitis, infeksi saluran kemih, dan batu kandung empedu.¹⁸

1. Pemasaran Gabah Jagung

Pemasaran hasil panen jagung dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

- a. Penjualan sebelum panen
- b. Penjualan di saat panen
- c. Penjualan beberapa saat setelah panen.

Para petani lebih senang melakukan pemasaran jagung dengan cara penjualan sebelum panen dan penjualan disaat panen, dengan demikian dapat dikatakan petani cenderung untuk menjual hasil jagung secara langsung tanpa pengolahan terlebih dahulu.

¹⁷ Ato Suprpto, *Teknik Bercocok Tanam Jagung*, (Yogyakarta : Kanisius, 1993), 67

¹⁸ Hembing Wijaya Kusuma, *Bebas Diabetes Melitus Ala Hembing*, (Depok : Puspa Swara, 2004), h. 49

Struktur tata niaga komoditas jagung mulai dari petani hingga ke distributor atau pengecer melalui beberapa mekanisme. Akan tetapi secara sederhana dapat dibedakan menjadi

- a. Pemasaran langsung, yaitu dari petani ke industri pengolah.
- b. Pemasaran tidak langsung yaitu dari petani melalui pedagang pengumpul ke industri pengolah dan selanjutnya ke distributor atau pengecer ditingkat regional.¹⁹

7. PEMASARAN DALAM ISLAM

Berangkat dari definisi pemasaran yang telah disepakati dewan *world marketing association* (WMA) dalam *world marketing conference* di Tokyo pada April 1998, maka definisi pemasaran dalam perspektif ekonomi syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada *stakeholder-nya*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad-akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam (*marketing syariah is strategic business discipline that direct the process of creating, offering, and changing value from one initiator to its stakeholders, and the whole process should be in accordance with muamalah principles in Islam*).²⁰

Kata kunci dalam pemasaran syariah adalah bahwa dalam seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang

¹⁹ Setiyadi, *Op.Cit*, h. 23

²⁰ M. Syakir Sula, *Asuransi Syariah* (Jakarta : Gema Insani, 2004), h.

bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah tidak akan terjadi, maka bentuk transaksi apapun dalam bisnis dibolehkan dalam syari'at Islam. Karena itu Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan zalim dalam bisnis termasuk dalam proses penciptaan penawaran, dan proses perubahan nilai dalam pemasaran.

Pemasaran dapat dikatakan sebagai upaya yang dilakukan agar memudahkan terjadinya penjualan atau perdagangan. Rasulullah SAW adalah orang yang menggeluti dunia perdagangan, sekaligus seorang pemasar yang andal.²¹ Sebagai pedagang Rasulullah SAW berpegang pada lima konsep. Pertama jujur, suatu sifat yang sudah melekat pada diri beliau. Kejujuran ini diiringi dengan konsep kedua, yaitu ikhlas, dimana dengan keikhlasan seorang pemasar tidak akan tunggang langgang mengejar materi belaka. Kedua konsep ini dibingkai oleh profesionalisme sebagai konsep ketiga. Seorang yang professional akan selalu bekerja maksimal. Konsep keempat adalah silaturahmi yang mendasari pola hubungan beliau dengan pelanggan, calon pelanggan, pemodal dan pesaing. Sedangkan konsep kelima adalah murah hati dalam melakukan kegiatan perdagangan. Lima konsep ini menyatu dalam apa yang disebut sebagai *soul marketing* yang nantinya

²¹ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), h. 2

akan melahirkan kepercayaan. Kepercayaan ini merupakan suatu modal yang tidak ternilai dalam bisnis.

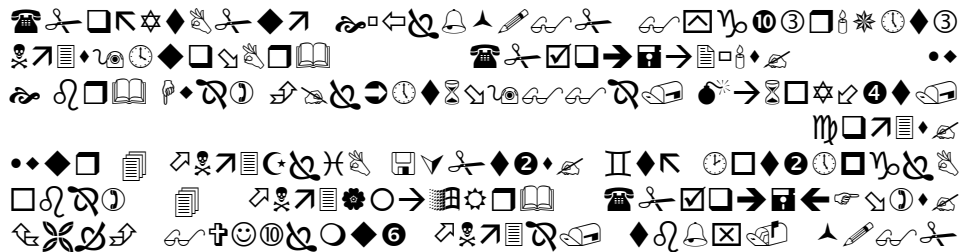
Perdagangan dengan kejujuran, keadilan, dalam bingkai ketakwaan kepada sang pencipta, merupakan persyaratan mutlak terwujudnya praktik-praktik pedagang yang mendatangkan kebaikan secara optimal kepada semua pihak yang terlibat. Lebih jauh lagi, dalam melakukan berbagai upaya pemasaran dalam merealisasikan perdagangan tadi seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam.²²

Pemasaran adalah bagian dari aktivitas atau kegiatan jual beli. Jual beli menurut bahasa adalah saling menukar (pertukaran). Menurut istilah syara' jual beli adalah pertukaran harta atas dasar suka sama suka atau dapat juga diartikan dengan memindahkan milik dengan ganti yang dibenarkan (syara').

Landasan hukum jual beli bersumber dari :

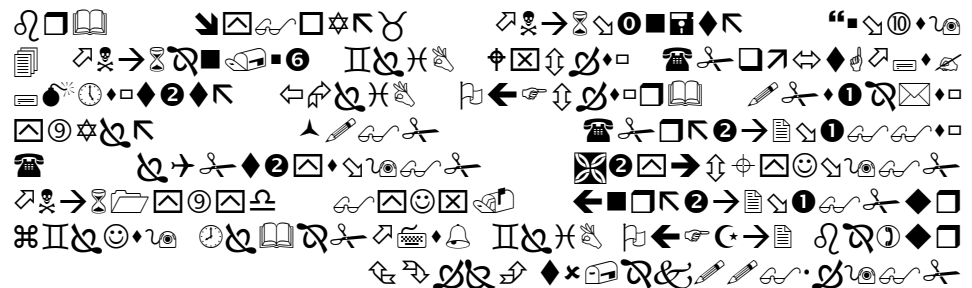
1. Al-Qur'an

Allah SWT berfirman:



²² Kajian terhadap pemasaran yang islami dapat dibaca antara lain dalam Kertajaya dan Sula, 2006, *Syari'ah Marketing*, atau gunara sudibyo, 2006. marketing muhammad

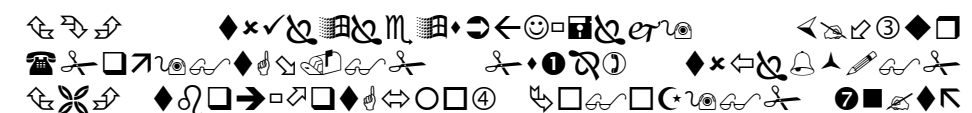
Artinya “ : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu “.(Q.S Annisa [4] : 29²³)



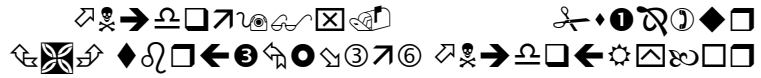
Artinya “ : tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam dan (berdzikirlah)dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar Termasuk orang-orang yang sesat”, (QS Al-Baqarah : 198)²⁴



Artinya : “ apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung) .” (QS. Al-jumuah 10²⁵)



²³ Al-Qur'an dan Terjemahnya (Bandung : Diponegoro, 2005), h. 65
²⁴ Al-Qur'an dan Terjemahnya, *Ibid*, h. 24
²⁵ *Ibid*, h. 442



Artinya“:kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang) yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi” .(Al-Muthaffifin 1-3)²⁶

2. Hadis Nabi

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : قَالَ رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا

()

Artinya “ : dari Jabir Bin Abdillah ra, bahwasannya rasuluallah SAW bersabda“ ,Allah SWT memberikan rahmatnya kepada orang yang sudah memberi kelonggaran kepada orang lain ketika menjual, membeli dan menagih hutang”. (HR. Al-Bukhori)²⁷

3. Ijma

Ulama sepakat mengenai kebolehan berjual beli ini, sebagai salah satu usaha yang telah dipraktekan sejak masa Nabi SAW hingga saat sekarang ini.

4. Fiqih

Kaidah ushul fiqih menyatakan bahwa

الأصل في المعاملة الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

²⁶ *Ibid*, h. 470

²⁷ Abi Abdillah Muhammad, Bin Muhammad, Bin Ismail, Bin Ibrahim Al-Bukhori, *Shahih Al-Bukhori*, (Kairo : Darul Ibn Hisam, 1425 H/2003), No. 2076, h. 235

*Artinya: “Hukum asal dalam semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.*²⁸

yang berarti bahwa pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

Rukun dan syarat jual beli :²⁹

- a. Penjual dan Pembeli dengan syarat :
 1. Berakal, bagi yang gila, bodoh tidak sah melakukan jual beli
 2. Kehendak sendiri, bukan dipaksa
- b. Uang dan benda dengan syarat :
 1. Suci
 2. Bermanfaat
 3. Dapat dikuasakan dan diserahkan
 4. Benda milik penjual atau sebagai wakil
 5. Pembeli dan penjual mengetahui tentang zat, bentuk, kadar dan sifat-sifat benda tersebut

c. Sighat akad

Sighat akad dapat dilakukan dengan cara lisan, tulisan atau isyarat yang dapat memberikan pengertian dengan jelas tentang adanya ijab dan qabul.

Barang-barang yang terlarang diperjual belikan

1. Barang yang haram dimakan
2. Minuman yang memabukan
3. Buah-buahan yang belum dapat dimakan
4. Air yang lebih dari yang diperlukan
5. Barang-barang yang samar

h. 130 ²⁸ A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih*, (Jakarta : Kencana, 2007), Cet Ke-2,

²⁹ A. Syafii Jafri, *Fiqh Muamalah*, (Pekanbaru : Suska Press, 2008), h. 45-55

BAB IV

MEKANISME PEMASARAN DAN PEMANFAATAN GABAH JAGUNG DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA SEGAMAI KECAMATAN TELUK MERANTI MENURUT EKONOMI ISLAM

A. Cara Pemasaran Dan Pemanfaatan Gabah Jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti

jagung adalah salah satu hasil pertanian yang memiliki nilai ekonomi dan mempunyai peluang pasar yang besar. Gabah Jagung merupakan salah satu bahan baku industri pakan dan pangan dan bahkan untuk beberapa daerah di Indonesia jagung dijadikan sebagai makanan pokok.

pertanian jagung di Desa Segamai merupakan salah satu usaha pokok masyarakat, untuk itu tentunya petani berupaya meningkatkan pengolahan daya guna gabah jagung yang dihasilkan, supaya dapat meningkatkan pendapatan, dengan berbagai macam upaya dilakukan petani untuk meningkatkan penjualan gabah jagung yang telah dihasilkan.

Upaya yang dilakukan Agar penjualan dapat meningkat dan memperoleh keuntungan maka dibutuhkan analisa mengenai pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung ini. Pemasaran diperlukan untuk mencapai

sasaran pasar yang dituju keberhasilan seseorang dalam memasarkan sesuatu ditentukan oleh ketepatan strategi pemasaran yang ditetapkan dengan situasi dan kondisi dari sasaran pasar yang dituju. Untuk itu perlu melakukan analisa terhadap unsur-unsur pemasaran agar meningkatkan penjualan, sedangkan analisa terhadap pemanfaatan gabah jagung diperlukan untuk mengetahui seberapa tinggi nilai jual dari produksi yang dihasilkan sehingga kedua analisa ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai agar pendapatan petani lebih meningkat.

1. Pasar

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Pasar tanpa pemasaran tidak ada artinya, demikian pula pemasaran tanpa pasar juga tidak berarti. Dengan kata lain setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar.

Secara umum pasar dapat dikatakan sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. atau suatu tempat yang didalamnya terdapat kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk menentukan suatu harga.¹

¹ Kasmir, *Loc.Cit*, h. 69

Dikaitkan dengan kondisi pasar untuk pemasaran gabah jagung di Desa Segamai ini mengalami kelesuan pasar. Para petani mengalami kesulitan dalam hal memasarkan gabah jagung yang telah dihasilkan. Hal ini disebabkan Ruang lingkungannya tidak luas, hanya mengandalkan pasar lokal.²

Untuk mengetahui wilayah pemasaran gabah jagung dari 7 kelompok tani dan satu kelompok tani Gapatoka (gabungan kelompok tani) yang ada di Desa Segamai dapat dilihat pada tabel berikut ini :

TABEL IV. 1
Wilayah Pemasaran Gabah Jagung di Desa Segamai
Kecamatan Teluk Meranti

No	Nama Kelompok	Lokasi Pemasaran	Jenis Produksi Yang Dipasarkan
1	Putra Segamai	Tanjung Batu	Jagung, Pipil Kering
2	Sri Makmur	Tanjung Batu	Jagung, Pipil Kering
3	Segamai Jaya	Tanjung Batu	Jagung , Pipil Kering
4	Harapan Makmur	Tanjung Batu	Jagung, Pipil Kering
5	Punama Raya	Teluk Binjai	Jagung, Pipil Kering
6	Nio Permai	Teluk Binjai	Jagung, Pipil Kering
7	Indah Lestari	Tanjung Batu	Jagung, Pipil Kering
8	Cahaya Segamai	Tanjung Batu	Jagung, Pipil, Kering

² Feri (Ketua Kelompok Tani Cahaya Segamai), *Wawancara*, Segamai
29 Juli 2011

Selanjutnya Untuk mengetahui tentang permintaan pasar terhadap gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti dapat dilihat pada tabel berikut :

TABEL 1V. 2
Pendapat Responden Tentang Permintaan Pasar Terhadap
Gabah Jagung di Desa Segamai

NO	Alternatif Jawaban	Jumlah	%
A	Banyak	7	16.27%
B	Sedang	13	30.23%
C	Sedikit	23	53.48%
	Jumlah	43	100%

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai permintaan pasar terhadap gabah jagung yang dihasilkan petani di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti, ada 7 orang atau 16,27% menyatakan banyak, 13 orang atau 30,23% menyatakan sedang dan 23 orang atau 53,48% menyatakan sedikit.

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang permintaan pasar terhadap gabah jagung sedikit. Hal ini terbukti banyaknya jawaban responden memilih opsi “C” yaitu sedikit sebanyak 23 orang atau 53,48%.

2. Harga

Harga dapat didefinisikan adalah sejumlah uang ditambah beberapa barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Harga sangat penting untuk diperhatikan, karena harga dapat mempengaruhi pendapatan. Dalam penetapan harga tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kondisi perekonomian, permintaan dan penawaran, persaingan, biaya dan peraturan pemerintah.

Kebijakan harga harus benar-benar diperhatikan dan dilaksanakan dengan baik dan tepat, karena kebijakan harga yang tepat akan dapat memberikan keuntungan yang maksimal

Dikaitkan dengan harga jual gabah jagung di Desa Segamai belum stabil karena harga yang tetapkan pihak pedagang atau tengkulak sangat rendah dan tengkulak tidak memberitahukan harga secara pasti sehingga petani tidak bisa melakukan penawaran harga hal ini yang menyebabkan pendapatan yang diterima petani belum memadai dibanding dengan jerih payah yang telah dikeluarkannya ditambah dengan resiko kegagalan panen. hal ini disebabkan karena panjangnya mata rantai pemasaran gabah jagung, ini dapat dilihat pemasaran gabah yang dimulai dari pedagang tingkat desa, pedagang tingkat kecamatan pedagang tingkat kabupaten dan

pedagang besar yang akan memproses gabah menjadi berbagai bentuk olahan yang siap dijual kepada konsumen.³

Untuk mengetahui harga jual gabah jagung di Desa Segamai berdasarkan kualitasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

TABEL IV. 3
Harga Gabah Jagung di Desa Segamai Berdasarkan Kualitasnya

No	Kualitas Gabah	Harga
1	Kualitas A	2100-2300
2	Kualitas B	1800-2000
3	Kualitas C	1500-1700

Dari tabel di atas dapat di ketahui terdapat perbedaan harga, namun perbedaannya tidak terlalu tinggi, perbedaan ini terjadi akibat perbedaan jenis varietas benih yang digunakan petani. Dengan penggunaan varietas benih yang berbeda tentunya hasilnya juga berbeda-beda pula.

Terjadinya perbedaan harga tersebut menyebabkan petani tidak bisa memperoleh pendapatan yang maksimal di tambah lagi petani tidak bisa

³ Bapak Zulpan, (Dinas Penyuluhan Pertanian Lapangan), *Wawancara*, Segamai, 29 Juli 2011

melakukan penawaran terhadap harga yang ditetapkan tengkulak (pedagang).⁴

Untuk mengetahui pendapat responden tentang harga jual gabah jagung dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

TABEL IV.4

Pendapat Responden Tentang Harga Gabah Jagung di Desa Segamai

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	%
A	Mahal	4	9,30%
B	Sedang	11	25,58%
C	Murah	28	65,11%
	Jumlah	43	100%

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai harga jual gabah jagung di Desa Segamai, ada 4 orang atau 9,30% menyatakan mahal 11 orang atau 25,58% menyatakan sedang dan 21 orang atau 65,11% menyatakan murah.

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang harga jual gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan

⁴ Riduan, (Kepala Desa Segamai), *Wawancara*, Segamai, 30 Juli 2011

Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan murah, hal ini terbukti banyaknya responden menjawab opsi “C” yaitu 21 orang atau 65,11%.

3. Distribusi

Distribusi diartikan perpindahan sesuatu dari satu tempat ketempat lain.

Tujuan dari distribusi ini adalah untuk memperlancar proses peredaran barang atau kekayaan yang dimiliki manusia.

Distribusi merupakan masalah yang sangat penting, sulit dan rumit. Apabila Penyelesaiannya secara adil akan mewujudkan kesejahteraan dan kebahagiaan seluruh komponen, berlimpahnya kekayaan tidak akan bermanfaat bagi penduduk bila tidak didistribusikan secara baik, dimana kemakmuran tidak akan pernah tercipta. Distribusi sangat erat kaitannya dengan hak-hak individu dalam suatu masyarakat.

Dikaitakan dengan pendistribusian gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti petani menggunakan saluran distribusi yaitu petani – agen - distributor – pemakai industry, sehingga petani sulit melakukan suatu penawaran harga karena panjangnya saluran distribusi yang digunakan.⁵

Untuk mengetahui pendapat responden tentang proses pendistribusian gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

⁵ Aris (Ketua Kelompok Tani Sri Makmur), *Wawancara*, Segamai, 30 Juli 2011

TABEL IV. 5

**Pendapat Responden Tentang Pendistribusian Gabah Jagung
di Desa Segamai**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	%
A	Sulit	25	58,13%
B	Mudah	12	27,90%
C	Sangat Sulit	6	13,95%
	Jumlah	43	100%

Sumber : Data Olahan

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai pendistribusian gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti ada 25 orang atau 58,13% menyatakan sulit, 12 orang atau 27,90% menyatakan mudah, dan 6 orang atau 13,95% menyatakan sangat sulit.

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang pendistribusian gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti sulit hal ini banyaknya responden yang menjawab sulit yaitu 25 orang atau 58,13%.

4. Pemanfaatan Gabah Jagung

Tanaman yang dibudidayakan manusia pada prinsipnya mempunyai tujuan utama untuk memperoleh produksi maksimum yang berkesinambungan, jadi produksi dibutuhkan manusia secara langsung

maupun tidak langsung hingga manusia dapat memanfaatkan produksi tersebut untuk kehidupannya.

Untuk memisahkan jagung dari tongkolnya petani menggunakan mesin perontok gabah milik masyarakat yang berjumlah 3 buah yang disewakan kepada petani dengan perhitungan setiap satu ton dikenakan biaya 30.000, petani secara bergiliran menggunakannya, sebelum ada mesin perontok gabah petani biasanya menjemur jagung beserta tongkolnya sampai kering kemudian ditokok menggunakan kayu, namun di Desa Segamai belum ada mesin pengolah gabah untuk dijadikan makanan atau bentuk olahan lainnya.⁶

Produksi jagung yang berupa gabah jagung dapat dimanfaatkan oleh manusia, baik disajikan dalam bentuk makanan maupun diproses terlebih dahulu menjadi beras jagung, tepung maizena, minyak goreng, makanan kecil dan bentuk olahan lainnya. Selain diolah menjadi makanan gabah jagung juga merupakan bahan baku untuk pakan ternak.

Di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti di mana petani belum secara optimal memanfaatkan produksi gabah jagung yang mereka hasilkan supaya mempunyai nilai jual yang lebih tinggi hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti tidak tersedianya mesin yang mengolah gabah tersebut menjadi berbagai bentuk olahan petani hanya memanfaatkan gabah tersebut

⁶ Kaharudin, (Ketua Kelompok Tani Indah Lestari), *Wawancara*, Segamai, 31 Juli 2011

dengan menggunakan alat yang sederhana dan tradisional sehingga hasil olahannya tidak maksimal.⁷

TABEL IV. 6
Pendapat Responden Tentang Pemanfaatan Gabah Jagung
di Desa Segamai

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	%
A	Baik	4	9,30%
B	Kurang Baik	23	53,48%
C	Tidak Baik	16	37,20%
	Jumlah	43	100%

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti, 4 orang atau 9,30% menyatakan baik, 23 orang atau 53,48% menyatakan kurang baik, dan 10 orang atau 37,20% menyatakan tidak baik.

Dari data di atas dapat kita peroleh kesimpulan bahwa pendapat responden tentang pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti kurang baik hal ini terbukti banyaknya responden yang menjawab opsi 'B' kurang baik yaitu 23 orang atau 53,48%.

⁷ Jailani (Sekretaris Kelompok Tani Cahaya Segamai), *Wawancara*, Segamai 29 Juli 2011

Selanjutnya untuk mengetahui pendapat responden tentang dimanfaatkan untuk apa saja gabah jagung yang di hasilkan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

TABEL IV. 7
Pendapat Responden Tentang Pemanfaatan Gabah Jagung
di Desa Segamai

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	%
A	Makan Ternak	31	72,09%
B	Diolah Menjadi Makanan	12	27,90%
	jumlah	43	100%

Sumber : Data Olahan

dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jawaban reponden mengenai dimanfaatkan untuk apa saja gabah jagung yang dihasilkan di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti, 31 orang atau 72,09% menyatakan dimanfaatkan untuk makan ternak, 12 orang atau 27,90% menyatakan dimanfaatkan menjadi makanan.

Selanjutnya untuk mengetahui pendapat responden tentang penghasilan petani setiap kali panen dapat dilihat pada tabel berikut ini :

TABEL IV. 8
Pendapat Responden Tentang Penghasilan Petani Jagung
di Desa Segamai

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	%
A	1-2 juta	26	60,46%
B	3-4 juta	14	32,55%
C	Besar dari 4 juta	3	6,97%
S	Jumlah	43	100%

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas dapat di lihat bahwa responden menjawab mengenai penghasilan petani setiap kali panen, 26 orang atau 60,46% penghasilan 1-2 juta, 14 orang atau 32,55% penghasilan 3-4 juta, dan 3 orang atau 6,97% menjawab besar dari 4 juta.

Selanjutnya untuk mengetahui pendapat responden (petani) apakah dengan menjadi petani jagung terbantu dalam perekonomian karena setiap usaha yang di usahakan bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan taraf hidup.

Untuk mengetahui pendapat responden mengenai hal itu dapat dilihat pada tabel berikut ini :

TABEL IV. 9

**Pendapat Responden Tentang Terbantu /Tidak Perekonomian
Dengan Menjadi Petani Jagung di Desa Segamai**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	%
A	Iya	28	65,11%
B	Tidak	6	13,95%
C	Sangat Terbantu	9	20,93%
	Jumlah	43	100%

Sumber : Data Olahan

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden menjawab mengenai apakah petani terbantu dalam perekonomian, 28 orang atau 65,11% menjawab iya, 6 orang atau 13,95% menjawab tidak dan 9 orang atau 20,93% menjawab sangat terbantu.

B. Kendala-Kendala Yang Dihadapi Petani Dalam Memasarkan Dan Memanfaatkan Gabah Jagung Di Desa Segamai

Kendala atau problematika merupakan bagian kehidupan. Sebagai makhluk sosial, tanpa kendala atau problematika justru hidup menjadi tidak bermakna. Keberhasilan yang diperoleh melalui berbagai tantangan hidup dengan perjuangan dan pengorbanan sekecil apapun membuat seseorang bisa menghargai kehidupan itu sendiri apalagi jika dilakukan pada saat yang tepat dan diberikan dengan hati yang tulus dan ikhlas. Kendala atau

problematika adalah suatu permasalahan yang dihadapi dan harus dicarikan solusinya.

Usaha pertanian jagung di Desa segamai sudah mulai di usahakan penduduk sejak tahun 2003, yang sebelumnya penghasilan penduduk adalah dengan berkebun kelapa namun untuk saat sekarang perkebunan kelapa mereka sudah tidak produktif lagi.⁸

Adapun yang menjadi kendala dalam memasarkan dan memanfaatkan gabah jagung ini adalah :

1. Tidak Adanya Kemitraan Dalam Berusaha Tani

Petani hampir identik dengan kemiskinan, karena petani sering berada pada sisi yang lemah, hal itu antara lain disebabkan salah satunya adalah karena petani berusaha sendiri-sendiri tanpa ada lembaga atau kemitraan sebagai penguat.

Dengan adanya kemitraan akan membantu anggotanya dalam mendistribusikan/memasarkan/mengolah hasil produksi disaat menghadapi panen dan mampu menyediakan pangan bagi kebutuhan anggotanya disaat musim paceklik. Dan bisa memperluas jaringan distribusi/ pemasaran yang saling menguntungkan dengan mitra usaha di dalam maupun diluar wilayahnya.

Adanya lembaga atau kemitraan dalam berusaha tani akan memperpendek rantai pemasaran gabah, karena pemasaran gabah

⁸ Jailani, *Wawancara*, Desa Segamai, 30 Juli 2011

diupayakan langsung oleh lembaga atau kemitraan ke konsumen, sehingga harga lebih layak karena tidak ada campur tangan para tengkulak.⁹

Tidak adanya kemitraan dalam usaha tani ini disebabkan kurangnya kesadaran dalam kemandirian petani, dan disebabkan juga karena kurangnya rasa kepercayaan kepada orang lain dalam mengelolah hasil produksinya.¹⁰

2. Tidak Tersedianya Sarana Transportasi Angkutan

Transportasi angkutan sangat dibutuhkan mengingat akses wilayah pemasaran gabah jagung sangat jauh, dengan adanya sarana transportasi angkutan khusus sehingga petani tidak perlu lagi menyimpan gabah yang dihasilkan lebih lama karena apabila gabah disimpan terlalu lama maka akan mengakibatkan kerugian bagi petani, seperti susut dalam timbangan dan gabah tersebut ditakutkan dimakan ulat.¹¹

Transportasi yang digunakan dalam pengangkutan gabah dari lahan ke pelabuhan (dermaga) dengan menggunakan sepeda motor (Honda) yaitu dengan mengupahkannya setiap satu karung gabah jagung yang beratnya sekitar 30-40 kg dikenakan biaya sebesar 15.000/karung, selanjutnya gabah jagung tersebut diangkut ke daerah pemasarannya yaitu

⁹ Bapak Zulpan, (Dinas Penyuluhan Pertanian Lapangan), *Wawancara*, Segamai 29 juli 2011

¹⁰ Bapak Feri (Ketua Kelompok Tani Cahaya Segamai), *Wawancara*, Segamai, 30 juli 2011

¹¹ Eddy saritongga (Ketua Kelompok Tani Putra Segamai), *Wawancara*, Segamai, 30 juli 2011

Tanjung Batu dan Teluk Binjai dengan menyewa pompong yang berukuran besar yang muatannya 10-20 ton, karena muatannya banyak maka petani berkongsi dua sampai tiga orang menyewanya, besar sewanya 800.000 bersih.¹²

3. Tidak Adanya Mesin Pengolah Gabah

Supaya meningkatkan nilai tambah dari gabah yang dihasilkan maka di perlukan teknologi untuk mengolahnya yaitu berupa mesin atau pabrik yang dekat dengan sentral produksi pertanian.

Dimana kita ketahui bahwa gabah jagung sangat penting bagi kehidupan manusia dan hewan, karena sebagian daerah di Indonesia jagung merupakan makanan pokoknya, dan jagung dapat diolah menjadi berbagai bentuk olahan seperti minyak goreng, tepung, beras jagung, dan masih banyak lagi bentuk olahan lain dari jagung. Maka dengan adanya mesin atau pabrik pengolah gabah jagung tersebut akan meningkatkan nilai tambah dari gabah jagung tersebut dan dengan meningkatnya nilai tambah juga akan meningkatkan pendapatan petani.¹³

Untuk mengolah gabah menjadi makanan atau bentuk olahan lainnya petani hanya menggunakan alat berupa lesung yang terbuat dari kayu atau besi, yang ukurannya untuk satu buah lesung sekitar 1 kg jagung

¹² Rudi (Ketua Kelompok Tani Harapan Makmur), *Wawancara*, Segamai, 30 Juli 2011

¹³ Ardi, (Sekretaris Desa Segamai), *Wawancara*, Segamai, 30 juli 2011

yang ditumbuk oleh 2 orang, sehingga hasilnya hanya cukup untuk dikonsumsi sendiri.¹⁴

C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pemasaran Dan Pemanfaatan Gabah Jagung Di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti

Sebagaimana kita yakini bahwa syari'at Islam adalah syari'at yang bersifat universal lagi komprehensif. Mengatur segala kehidupan umat manusia, baik yang berhubungan dengan masalah aqidah, ibadah, muamalah, dan masalah sosial lainnya, maupun hal-hal yang berhubungan khususnya masalah pemenuhan tuntunan hidup atau yang sering disebut problema ekonomi.¹⁵

Berangkat dari defenisi pemasaran yang telah disepakati oleh dewan world marketing association (WMA) dalam *world marketing conference* di Tokyo pada april 1998, maka defenisi pemasaran dalam persepektif ekonomi syari'ah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari suatu inisiator kepada stakeholder-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad –akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.¹⁶

¹⁴ Sudirman (Ketua Kelompok Tani Tani Nio Permai), *Wawancara*, Segamai 30 Juli 2011

¹⁵ Ahmad Muhammad Al-Assal, *Sistem, Prinsip Dan Tujuan Ekonomi Islam*, terjemahan h. Imam Saefudin, (Jakarta : CV Pustaka Setia, 1999), h. 9

¹⁶ Hermawan kartajaya, *Al Mark Plus On Strategy*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002

Kata kunci dalam pemasaran syari'ah adalah seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah tidak akan terjadi, maka bentuk transaksi apapun dalam bisnis dibolehkan dalam syari'at Islam. Karena itu, Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan zalim dalam bisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran, dan proses perubahan nilai dalam pemasaran.

Menurut hemat penulis pemasaran adalah berbagai upaya yang dilakukan agar memudahkan terjadinya penjualan atau perdagangan. Rasulullah SAW adalah orang yang menggeluti dunia perdagangan, sekaligus seorang *marketer* yang andal. Sebagai pedagang Rasulullah SAW berpegang pada lima konsep pertama jujur, suatu sifat yang sudah melekat pada diri beliau. Kejujuran ini diiringi dengan konsep kedua yaitu ikhlas, dimana keikhlasan seorang pemasar tidak akan tunggang langgang mengejar materi belaka. Kedua konsep ini dibingkai oleh profesionalisme sebagai konsep ketiga, seorang yang profesionalis akan selalu bekerja maksimal. Konsep keempat adalah silaturrahi yang mendasari pola hubungan beliau dengan pelanggan, calon pelanggan, sedangkan konsep kelima adalah murah hati dalam melakukan kegiatan perdagangan. Lima konsep ini menyatu dalam apa yang disebut sebagai soul marketing yang nantinya akan

melahirkan kepercayaan inilah yang merupakan suatu modal yang tidak ternilai dalam bisnis.¹⁷

Empat karakteristik pemasaran syari'ah yang menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut :¹⁸

1. Teistis (robbaniyyah)

Salah satu cirri khas pemasaran syari'ah yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional selama ini sifat yang religious. Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religious, yang dipandang penting dalam mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok kedalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain.

2. Etis (akhlaqiyyah)

Konsep pemasaran syari'ah sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika.

3. Realistis

Pemasaran dalam Islam bukanlah konsep yang eksklusif, namun konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syari'ah Islamiyah yang melandasinya.

4. Humanistis

Keistimewaan pemasaran dalam Islam adalah sifat yang humanistis yang universal.

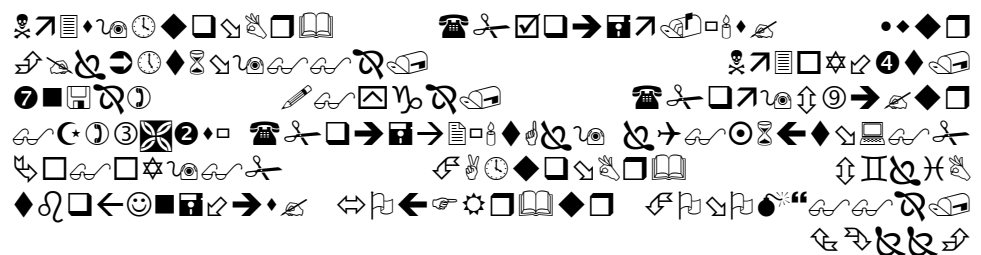
¹⁷ Jusmaliani, *Loc.Cit*, h. 2

¹⁸ *Ibid*, h. 26

Firman Allah SWT tentang pemasaran :



Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih? (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan RasulNya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui, niscaya Allah akan mengampuni dosa-dosamu dan memasukkanmu ke dalam jannah yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dan (memasukkan kamu) ke tempat tinggal yang baik di dalam jannah 'Adn. Itulah keberuntungan yang besar”. (QS.As-Shaf 10-12)¹⁹



Artinya“ : dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan

¹⁹ Op. cit. h. 441

sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui .”QS. Al-Baqarah 188)²⁰

سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَيُّ النَّسَبِ أَطْيَبُ؟
عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٌ ()

Artinya : Rasulullah SAW ditanya pekerjaan apa yang paling bagus? Beliau menjawab pekerjaan seseorang dengan tangannya, dan setiap dagang yang paling bagus”. (HR. Ahmad)²¹

حَدِيثُ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ :
عَلَيْهِ أَنَّهُ نَهَى الْبُيُوعَ

Artinya : “diriwayatkan dari Abdillah bin Mas’ud radhiyallahu ‘anhu, dia telah berkata : Dari Nabi Shallallahu ‘alaihi wasallam bahwa beliau melarang menahan pembelian barang-barang dagangan (HR .Al-Bukhori²²)

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ
مِنْ النَّبِيِّينَ يَقِينٌ وَالشُّهَدَاءُ
(لترمیزی)

Artinya : “ dari Abu Sa’id ra, dari Nabi Muhammad SAW bersabda, “seorang pebisnis yang jujur lagi amanah, maka ia akan bersama para nabi , shidiqin dan syuhada”. (HR. Tirmidzi²³)

²⁰ *Ibid.* h. 23

²¹ Ahmad, *Musnad Imam Ahmad*, (Beirut : Darul Kitabul Ilmi, 1993), Juz 1, No. 607, h. 100

²² *Loc. Cit*, Al-Bukhori, No.2149, h. 242

²³ Muhammad Nashirudin Al-Albani, *Terjemahan Shahih Sunan Tirmidzi* (Jakarta : Pustaka Azzam, 2003), 2078, h. 94

Transaksi yang harus dihindari oleh seorang *marketer* idealnya, diantaranya :²⁴

- a. Gharar atau taghrir (ketidak pastian) dalam kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan.
- b. Tadlis (perdagangan dengan penipuan) dalam kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan.
- c. Menimbun barang untuk menaikkan harga
- d. Menjual barang hasil curian dan korupsi
- e. Transaksi najasy (iklan dan promosi palsu)
- f. Mengingkari perjanjian
- g. Banyak bersumpah untuk meyakinkan pembeli
- h. Mempermainkan harga
- i. Bersifat memaksa dan menekan
- j. Mematikan pedagang kecil
- k. Melakukan monopoly's rent seeking atau ikhtikar (mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi)
- l. Menjual sesuatu yang hukumnya haram
- m. Melakukan *riswah* (sogok)
- n. Tallaqi rukban (aktivitas oleh para tengkulak)

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis kumpulkan dari berbagai macam pengumpulan data, baik berupa observasi, wawancara, dan angket maka penulis mengemukakan bahwa pemasaran dan pemanfaatan gabah

²⁴ [http://www, Marketing Syari'ah. Com](http://www.MarketingSyari'ah.Com) Diakses 30 Desember 2010

jagung di Desa Segamai menurut ekonomi Islam dibolehkan berdasarkan asal hukum dari muamalah

الأصل في المعاملة الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

Artinya: "Hukum asal dalam semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya".

Namun masih terdapat sedikit kecurangan-kecurangan dalam masalah harga, dimana para tengkulak memperlakukan harga sehingga petani tidak bisa melakukan penawaran harga, padahal dalam ekonomi Islam untuk masalah harga harus jelas sehingga tidak terdapat unsur gharar (ketidakjelasan).

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian mengenai mekanisme pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai Kecamatan Teluk Meranti di atas, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Cara pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat dilakukan dengan berbagai ragam cara, dengan memperhatikan kondisi pasarnya, harga yang menguntungkan, distribusi yang mudah, dan untuk pemanfaatannya petani masih memanfaatkan gabah secara sederhana seperti untuk makanan ternak dan diolah menjadi makanan ringan dengan menggunakan alat yang sederhana.
2. Kendala-kendala yang dihadapi petani dalam memasarkan dan memanfaatkan gabah jagung di Desa Segamai : 1) tidak adanya kemitraan dalam berusaha tani, 2) tidak tersedianya sarana transportasi angkutan, 3) tidak adanya mesin pengolah gabah.
3. Tinjauan ekonomi Islam berdasarkan asal hukum dari muamalah apapun bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya, maka untuk pemasaran dan pemanfaatan gabah jagung di Desa Segamai dapat di benarkan, akan tetapi masih ada

permainan yang dilakukan para tengkulak dalam masalah harga, padahal dalam ekonomi Islam masalah harga harus jelas.

B. SARAN

Sebelum penulis mengakhiri, penulis ingin menyampaikan beberapa hal sebagai saran yang tentunya berhubungan dengan permasalahan yang menjadi pembahasan penelitian ini yaitu :

1. Diharapkan kepada pihak Desa dan pemerintahan mengembangkan suatu lembaga ekonomi pedesaan (LUEP) yang bergerak dibidang pengolahan dan pemasaran gabah.
2. Diharapkan pemerintah mengembangkan infrastruktur pemasaran dengan mengembangkan sub terminal agribisnis (STA), untuk mempermudah dalam mengembangkan akses pasar, dan petani dapat mengetahui informasi harga.
3. Diharapkan kepada petani bergabung dalam bentuk gabungan kelompok tani (GAPATOKAN), untuk mempermudah dalam mendistribusikan, memasarkan, dan mengolah hasil produksinya.
4. Diharapkan kepada petani dalam memasarkan gabah langsung ke konsumen tanpa melalui campur tangan para tengkulak sehingga harga lebih stabil.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Abdillah bin Ismail, bin Ibrahim Al-Bukhori, *Shahih Bukhori*, (Kairo: Darul Ibnu Haisan, 2003)
- A. Djazuli, *Kaidah –Kaidah Fiqih*, (Jakarta: Kencana, 2007), Cet ke-2,
- Ahmad, *Musnad Imam Ahmad*, (Beirut : Darul Kitab Ilmi, 1993), Juz 1
- Al-Assal, Muhammad, *Sistem, Prinsip Dan Tujuan Ekonomi Islam*, Terjemahan Imam Saefudin, (Jakarta: CV. Pustaka Setia, 1999)
- Angipora, P. Marius, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002)
- Al-Qur'an dan Terjemahnya (Bandung: diponegoro, 2005)
- Assauri, Sofjan, prof. Dr, M.B.A, *Manajemen Pemasaran (dasar, konsep, dan strategi)* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada 1996), Cet. 5
- Atmaja, Perwata, Karnaen, *Jejak Rekam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Cicero Publishing, 2008)
- Basu, Swastha, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1988)
- _____ *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 1991)
- Hakim, Aziz, Muhammad, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syari'ah*, (Jakarta: Renaisan, 2005)
- Hands, Evers, *Kebutuhan Pokok Dan Pembangunan*, (Jakarta: PLPIIS, 2000)
- Hidayat, Mohammad, *Pengantar Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010)
- Imam, Soeharto, *Study Kelayakan Proyek Industri*, (Jakarta: Erlangga, 2001)
- Izzan, Ahmad, *Ekonomi Syari'ah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006)
- Jafri, Syafii. A, *Fiqih Muamalah*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008)
- Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- kajian terhadap pemasaran yang Islami dapat dibaca antara lain dalam Kertajaya dan Sula, 2006. *Syari'ah Marketing* atau gunara sudiby. 2006. Marketing Muhammad)

- Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004)
- _____ *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006)
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1996)
- _____ Dan Armstrong, Gary, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Pretalindo,1998)
- Manan, Abdul, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT, Amanah Bunda Sejahtera, 1997)
- Muhammad Nashirudin Al-Albani, *Terjemahan Shahih Sunan Tirmidzi*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2003)
- Muslich, *Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: YKPN, 2007)
- Pasaribu, Chairuman, Dkk, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1996)
- Setiyadi, *Tanaman Pangan Dan Hortikultura*, (Jakarta: PT. Balai Pustaka, 1996)
- Soeharto, Imam, *Study Kelayakan Proyek Industry*, (Jakarta: Erlangga, 2001)
- Soekartawi, *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), Cet ke- 8
- Sudarsono ,Heri, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2007), Cet. V
- Sula, Sakir, Muhammad, *Asuransi Syari'ah* (Jakarta: Gema Insani, 2004)
- Suprpto, Ato, *teknik bercocok tanam jagung*, (Yogyakarta: Kanisius, 1993)
- _____ *Investasi Agribisnis Komoditas Unggulan Tanaman Pangan dan Hortikultura*, (Yogyakarta: Kanisius,1999)
- Suprpto, Hs, *Bertanam Jagung*, (Jakarta: PT. Penebar Swdaya, 1986)
- Umar, Husein, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2005), Edisi ke-3
- Wijaya, Kusuma, Hembing, *Bebas Diabetes Mellitus Ala Hembing*, (Depok: Puspa Swara, 2004)
- Zainal,Abidin, Mohd, *Pengurusan Pemasaran*, (Kuala Lumpu: Dewan Bahasa, 1992)