

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Perkembangan Produk Biofarmaka Lokal di Provinsi Jambi

Berdasarkan hasil wawancara ke Dinas Pertanian tanaman pangan dan hortikultura menegaskan bahwa di provinsi jambi belakangan ini terjadi peningkatan permintaan mengenai tanaman obat, hal ini didukung dengan program pemerintah daerah yang diterapkan setiap tahun dan ada beberapa kabupaten sentral bekerjasama dengan PT Sido Muncul dan PT Akarmas Semesta. Adapun Kabupaten Sentral yang dimaksud diantaranya: Merangin, Tanjung Jabung Barat, dan Kerinci. Daerah ini merupakan sentral penghasil jahe di Provinsi Jambi. Tetapi hal itu tidak berjalan dengan baik hanya berjalan sekitar 1 tahun, dikarenakan terkendala permintaan produksi dari tanaman tersebut yang tidak bisa dipenuhi oleh para petani tanaman obat di provinsi jambi.

“kalau terkait tanaman obat, dia variatif sih, soalnya provinsi ya. Karna terkait dari sini kita kan ga tau ni kalau di Provinsi Jambi tu purpuatif terkait permintaan sama pasar. Dan juga kemarin setiap tahun ada program yang memang di beberapa Kabupaten yaitu bekerjasama dengan PT Sido Muncul, Cuma mungkin keterkaitan target yang belum bisa jadi berakhir hanya 1 tahun pekerjaan. Kalau terkait data apa saja yang budidayakan khususnya di Jambi kebanyakan lebih ke jahe, kunyit, kencur, kapulaga. Data yang kami ambil kami catat itu yang memang dibudidayakan dari awal dengan tujuan untuk diperjualbelikan, ada nilai komersil.”

(Abi Mayubil Huda / Operator Data Tanaman Hortikultura Dinas Pertanian Provinsi Jambi / Senin, 20 September 2021)

Terkait tanaman yang dibudidayakan di provinsi Jambi kebanyakan yaitu, jahe, kunyit, kencur, lengkuas. Tanaman obat atau masyarakat luas lebih mengenal dengan sebutan tanaman toga ini sangat banyak di budidayakan di Provinsi Jambi, tetapi dalam pendataan Dinas Pertanian sangat menegaskan bahwa dalam pendataan yang dilakukan dilapangan, yang didata hanya tumbuhan yang dibudidayakan dari awal untuk di perjual-belikan yang memiliki nilai komersil. Sehingga tanaman toga tidak termasuk dalam pendataan karna tidak bersifat komersil dan hanya dikonsumsi pribadi oleh masyarakat.

“Kalau kita lihat diperkotaan ada program-program pemerintah seperti taman toga di masing-masing kelurahan itu pada umumnya untuk konsumsi pribadi untuk daerah tertentu, dan tidak masuk dalam pendataan kami, jadi pada prinsipnya itu yang kami tegaskan pada petugas-petugas di lapangan bahwasanya data dari lapangan ini adalah tanaman yang kita budidayakan dari awal dengan tujuan diperjual-belikan pada umumnya”

(Abi Mayubil Huda / Operator Data Tanaman Hortikultura Dinas Pertanian Provinsi Jambi / Senin, 20 September 2021)

Hingga saat ini permintaan produk tanaman biofarmaka semakin meningkat bertambah dengan adanya *Back To Nature* dan ditambah dengan kondisi saat ini yang mengharuskan masyarakat mengkonsumsi makanan dan minuman yang sehat untuk menjaga daya imun tubuh agar terhindar dari paparan penyakit. Mengonsumsi

makanan dan minuman sehat saja tidak cukup harus diimbangi dengan mengonsumsi vitamin. Kebanyakan masyarakat masih mempercayai racikan dari tanaman-tanaman obat yang sengaja dibudidayakan. Karna masyarakat mempercayai ramuan yang berasal dari tanaman tersebut tidak memiliki efek samping jika dikonsumsi secara terus menerus. Hal inilah yang menjadi alasan terjadinya peningkatan permintaan terhadap produk tanaman biofarmaka.

“kalau untuk minat masyarakat kalau saya lihat meningkat ya dari tahun kemarin, terbukti dari tahun ini kita udah menghabiskan 1 ton produk madu dan jamu juga, yang dulunya hanya berapa ratus kilo. Kalau dari sisi penghasilan pasti meningkat dari 40-50 juta perbulan”.

1.2 Peluang Dan Hambatan Dalam Pengembangan Produk Biofarmaka Lokal Di Provinsi Jambi

1.2.1 Peluang

Dalam strategi pemasaran harus memperhatikan komponen peluang dari usaha yang dijalankan. Berikut merupakan peluang yang dapat memberikan pengaruh terhadap kegiatan pemasaran,

1. Bahan baku yang relatif gampang dibudidayakan

Dari informasi yang diperoleh Provinsi Jambi relatif gampang dalam pembudidayaan tanaman biofarmaka karna dalam perawatan tanaman ini tidak begitu sulit sehingga banyak petani yang membudidayakannya.

2. Kondisi Tanah yang subur

Lahan di Provinsi Jambi tergolong subur dan produktif untuk dikelola oleh para petani. Lahan merupakan faktor produksi yang penting bagi kegiatan pertanian. Sehingga kondisi tanah yang subur merupakan faktor penentu dari pembudidayaan tanaman biofarmaka.

3. Kepercayaan Konsumen

Konsumen termasuk dalam faktor utama untuk dapat memajukan sebuah usaha. Pembeli atau konsumen sangat mempengaruhi segala jenis usaha, karena konsumen mampu menekan turunnya harga dan permintaan terhadap kualitas produk yang lebih baik. Disisi lain, kemampuan konsumen dalam menjadi pendukung sulit masuknya suatu industri ke dalam suatu daerah apabila sudah terbentuk kepercayaan konsumen pada produk tertentu.

4. SDM yang bergerak dibidang penelitian dan pengembangan

Provinsi Jambi banyak memiliki para peneliti yang meneliti tanaman biofarmaka, terkhusus Universitas Jambi. Selain profesi sebagai tenaga pengajar, banyak juga dosen yang melakukan penelitian mengenai tanaman biofarmaka dan tidak jarang produk yang dihasilkan dalam penelitiannya juga diperjual-belikan.

5. Memanfaatkan Teknologi

Dalam proses pembuatan produk biofarmaka telah menggunakan teknologi. Seperti yang disampaikan oleh salah satu narasumber selaku dosen peneliti dan juga penjual herbal, dalam memproduksi produknya ia menggunakan metode sanggai. Metode ini merupakan proses bahan padat atau daun menjadi tepung. Sehingga segala

proses pembuatan produk telah menggunakan mesin, sehingga ke higienisan sangat terjamin.

1.2.2 Hambatan

Strategi pemasaran sangatlah penting bagi perusahaan dalam menunjang berhasilnya kegiatan pemasaran pada sebuah usaha. Dalam menjalankan strategi pemasaran tidaklah mudah, pasti terdapat hambatan yang terjadi sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap kegiatan pemasaran. Ada pun faktor penghambat terdiri dari;

a. Pemasok bahan baku

Meskipun banyak petani yang membudidayakan tanaman biofarmaka tidak menutup kemungkinan para produsen produk biofarmaka tidak mengalami yang namanya kesulitan dalam memenuhi pasokan bahan baku. Seringkali ketika terjadi peningkatan permintaan produk biofarmaka bahan baku belum siap untuk didistribusikan atau belum siap panen. Dengan kata lain permintaan yang meningkat tidak diimbangi oleh hasil produksi dari bahan baku yang dibutuhkan.

b. pesaing

Dalam pemasaran pesaing bukan lagi hal yang dianggap baru, dan terkadang produk yang menjadi pesaing jauh lebih baik dari produk yang kita pasarkan. Sehingga hal ini menuntut kita harus terus meningkatkan kualitas dari produk yang kita pasarkan, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan tetap bertahan dalam usaha tersebut dan juga mampu meningkatkan laba.

c. Pengeluaran serifikasi halal

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu penjual yang menjadi kendala dan keluhan saat ini ialah pengeluaran sertifikasi halal yang menurut mereka banyak menyita waktu, dan itulah yang menjadi alasan mereka tidak mengurusnya. Selain membutuhkan waktu yang tidak sebentar juga pembiayaan untuk pengeluaran sertifikasi halal menurut mereka lumayan tinggi, tidak tercover oleh mereka. Sehingga tujuan mereka surut untuk mengeluarkan sertifikasi halal mereka lebih berfikir bagaimana cara meningkatkan kualitas dari pada yang mereka produksi.

“saya lihat untuk pengusaha baru kurang bersahabat mengurus setifikasi halal. Terlalu mahal. Sedangkan kami jika ada uang lebih bagus kami di alihkan ke produk, bagaimana produk secara modern. Nah jika lebih besar biaya sertifikasi dibandingkan dengan biaya kami produksi itu kan menghalangi kami invsetasi dibidang produksi jadi rata-rata sya belum mengurus sertifikasi halal meskipun itu dikelolah dengan halal tapi kami blm bisa minta sertifikasi halal karna kami lebih condong investasi ke bidang produksi”

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal / Senin, 9 Agustus 2021)

1.3 Analisis Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Produk Biofarmaka Lokal Provinsi Jambi

setelah melakukan pengamatan dan penelitian dapat disimpulkan bahwa usaha produk biofarmaka saat ini cukup berkembang. Hal tersebut dapat dibuktikan

bahwa banyaknya permintaan produk biofarmaka baik diluar kota maupun provinsi. Hal tersebut juga dibuktikan dari pernyataan salah satu penjual produk biofarmaka yang ada dikota jambi,

“... saat ini terjadi peningkatan dari tahun kemarin. Dan ada beberapa produk yang memang terjadi peningkatan yang signifikan..”

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Jambi Shop / 2 Oktober 2021)

Dengan banyaknya konsumen menjadi bukti bahwa usaha dalam penjualan produk biofarmaka ini cukup diterima dikalangan masyarakat luas dan bahkan menjadi pelanggan tetap.

Dari banyaknya produk yang dihasilkan ada beberapa produk yang belum memiliki sertifikasi halal, dikarenakan proses pengurusannya yang relatif lama dan mahal. Itulah yang disampaikan oleh salah satu narasumber mengenai alasan produk yang ia hasilkan belum memiliki sertifikasi halal.

“saya lihat untuk pengusaha baru kurang bersahabat mengurus setifikasi halal. Terlalu mahal. Sedangkan kami jika ada uang lebih bagus kami di alihkan ke produk, bagaimana produk secara modern. Nah jika lebih besar biaya sertifikasi dibandingkan dengan biaya kami produksi itu kan menghalangi kami invsetasi dibidang produksi jadi rata-rata saya belum mengurus sertifikasi halal meskipun itu dikelolah dengan halal tapi kami belum bisa minta sertifikasi halal karna kami lebih condong investasi ke bidang produksi”

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal / Senin, 9 Agustus 2021)

Meskipun demikian tidak menyurutkan para produsen tetap memproduksi produk berbahan biofarmaka ini. Tetapi, tidak bisa dipungkiri bahwasanya perbandingan antara produk yang telah memiliki sertifikasi halal atau logo halal lebih banyak peminatnya ketimbang yang belum memiliki label halal. Hal tersebut disampaikan langsung oleh salah satu Owner Herbal Shop Jambi.

“...pun perbedaan peminatnya juga kelihatan jelas, masyarakat lebih suka yang sudah memiliki label halal...”

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Shop Jambi / 2 Oktober 2021)

Ada empat konsep dalam bauran pemasaran ini atau sering dikenal dengan istilah 4P, yaitu *product* (produk), *place* (lokasi), *price* (harga), dan *promotion* (promosi). (Ratih Hurriyati, 2010)

a. Produk (*product*)

Produk merupakan sesuatu yang dapat memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan masyarakat. Produk yang ditawarkan kepada masyarakat harus memiliki kualitas yang baik. Produk yang berkualitas dalam Islam adalah produk yang halal dan baik. Dalam memproduksi produk pun segalahal harus diperhatikan, bukan hanya bahan baku tetapi peralatan dalam pembuatan pun harus diperhatikan kebersihannya.

“bukan Cuma dari bahan, peralatan seperti wadah dan juga mesin harus aman. Karna yang kita produksi ini bakal di konsumsi oleh masyarakat.”

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal / Senin, 9 Agustus 2021)

“alat saringan pengaruh juga, kebersihan. Itu berpengaruh banget. Kalau semua produk ini sudah aman semua kok”

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Shop Jambi / 2 Oktober 2021)

Dalam pernyataan diatas dapat dipahami bahwa selain bahan yang digunakan harus halal para produsen juga memahami bahwa peralatan yang digunakan pun juga harus baik untuk menjamin sebuah kualitas yang baik pula. Karna ketika telah memutuskan untuk membuka sebuah usaha maka komponen utama yang diperhatikan adalah kualitas dari apa yang kita pasarkan.

b. Lokasi (*place*)

Strategi pemasaran yang tidak kalah penting yaitu lokasi atau tempat penyaluran distribusi. Karna dengan distribusi yang luas kegiatan pemasaran produk kepada masyarakat dapat mencapai sasaran. Berdasarkan hasil penelitian yang saya

dapatkan bahwasanya untuk pendistribusian produk biofarmaka harus menentukan jumlah penyalur dan saluran distribusi yang dilakukan agar produk dapat sampai ke tangan konsumen dengan baik.

c. Harga (*price*)

Islam sebagai agama yang sempurna telah mencakup aspek kehidupan manusia, sebagai pedoman hidup manusia agar memperoleh kebahagiaan dunia akhirat. Salah satu aspek yang diatur dalam islam ialah segala aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi. Manusia melakukan kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan seperti sandang, pangan, dan papan. Adapun kegiatan yang sering dilakukan manusia adalah kegiatan jual-beli.

Allah SWT telah menghalalkan jual beli yang sesuai dengan syariat. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 275, sebagai berikut;

.... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ

Artinya: “... Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba ...” (QS. Al-Baqarah:275)

Syarat bertransaksi pun diatur dalam islam. Transaksi jual beli yang dilakukan oleh kedua belah pihak harus dilakukan berdasarkan kebutuhan, dan harus saling ridha serta sukarela tanpa ada paksaandari pihak manapun sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah An-Nisa ayat 29, sebagai berikut:

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak ben ar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa:29)

Berdasarkan ayat ini sangat jelas bahwa transaksi jual beli harus dilakukan oleh orang-orang yang berkompeten atau orang-orang yang paham mengenai jual beli, dan mampu menghitung atau mengatur uang. Sehingga tidaksah apabila bertransaksi jual beli dengan orang gila dan anak kecil yang tidak mengetahui masalah jual beli.

Islam tidak membenarkan menetapkan harga murah dibawah pasar, melanggar praktik maisir atau menerima keuntungan tanpa bekerja. Merubah harga tanpa diikuti dengan perubahan kualitas dan kuantitas produk. Dalam penentuan harga produsen menetapkan harga dari bahan baku yang diperoleh, khasiat dari produk itu sendiri, sampai gaji karyawan atau beban pengeluaran lainnya yang menjadi komponen pokok dalam penentuan harga.

“khasiat dan bahan baku”

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal / Senin, 9 Agustus 2021)

“kalau saya lebih ke harga pokok produk lah. Harga pokok itu udah termasuk beban, gaji karyawan.”

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Shop Jambi / 2 Oktober 2021)

Harga yang ditetapkan pada produk yang ditawarkan merupakan salah satu strategi dalam menarik konsumen atau pelanggan untuk membeli produk yang dipasarkan. Transaksi yang dilakukan hendaklah dilakukan secara jujur. Rasulullah SAW bersabda: *“Barang siapa yang berlaku curang terhadap kami, maka ia bukan dari golongan kami. Perbuatan makar dan tipu daya tempatnya di neraka”* (HR. Ibnu Hibban).

“... jika kita mau mendapatkan keuntungan ya tinggi harus diimbangi dengan kualitas. Jd istilahnya ada kualitas ada harga. Itu si menurut saya.”

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal / Senin, 9 Agustus 2021)

Dari paparan diatas sangat jelas bahwa produsen sekaligus penjual dalam memperoleh keuntungan sangat melihat dari kualitas dari barang yang dijual. Bukan hanya keuntungan semata.

d. Promosi (*promotion*)

Dalam kegiatan jual beli Promosi merupakan kegiatan mengenalkan produk yang telah diproduksi kepada masyarakat luas. Promosi dalam pandangan Islam merupakan suatu upaya menyampaikan informasi yang benar kepada pelanggan atau

calon konsumen . berkaitan dengan hal tersebut Islam sangat menekankan agar menghindari unsur penipuan atau memberikan informasi yang tidak benar bagi para calon konsumen atau pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dalam promosi yang dilakukan para produsen ini dilakukan melalui media sosial agar minat konsumen meningkat dan penjualan produk semakin meningkat pula. Adapun pernyataan oleh salah satu penjual produk tanaman biofarmaka yaitu dengan metode *Digital Marketing*. Pemasaran secara modern memanfaatkan teknologi yang semakin canggih.

Berikut merupakan empat Prinsip dalam pemasaran Islam, antara lain:

1. Ketuhanan (rabbaniyah)

Ketuhanan atau sering dikenal dengan Rabbaniyah merupakan sebuah keyakinan yang bulat, bahwa semua tindakan yang kita lakukan selalu dibawah pengawasan Allah SWT. Salah satu ciri pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius. Berdasarkan hasil penelitian sebagian besar bahkan hampir seluruh peneliti taupun produsen memahami pentingnya memperhatikan bahan-bahan kandungan dalam pembuatan produk biofarmaka, bukan hanya bahannya saja tetapi juga harus memperhatikan kebersihan dari peralatan yang digunakan dalam pembuatan produk.

“iya harus ya, karna saya memahami bahwa setiap apa yang kita lakukan pasti dipertanggungjawabkan.”

“bukan Cuma dari bahan, peralatan seperti wadah dan juga mesin harus aman. Karna yang kita produksi ini bakal di konsumsi oleh masyarakat.”

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal / Senin, 9 Agustus 2021)

“oh iya wajib itu, kita kan penduduk muslim terbesar.”

“alat saringan pengaruh juga, kebersihan. Itu berpengaruh banget. Kalau semua produk ini sudah aman semua kok”

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Shop Jambi / 2 Oktober 2021)

2. Etis (akhlaqaniyyah)

Akhlaqiyah atau etis memiliki arti perilaku yang sejalan dengan etika yang berlaku. Etika sendiri mengandung pengertian kata hati. Dalam ekonomi Barat, menetapkan harga setinggi-tingginya atau sering diistilahkan “skimming price” itu diperbolehkan. Tapi beda halnya dalam islam, dalam islam hal demikian tidak dibenarkan dalam pengambilan keuntungan sebesar-besarnya dalam artian dalam mengambil keuntungan harus dalam batas kewajaran, dan tidak boleh melakukan perang harga dengan niat ingin menjatuhkan orang lain.

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat ternyata mereka kurang sepakat dengan istilah tersebut. karna menurut mereka setiap barang yang dihasilkan harus memiliki kualitas, maka kualitas yang baik tentu saja memiliki nilai jual yang baik pula. Dan dalam penentuan harga pun mereka mengedepankan kualitas dari apa yang diproduksi.

“Kalau saya kurang sepakat ya. Karna jika kita mau mendapatkan keuntungan ya tinggi harus diimbangi dengan kualitas. Jd istilahnya ada kualitas ada harga. Itu si menurut saya.”

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal / Senin, 9 Agustus 2021)

“agak berat si sebenarnya, kurang deh kayaknya.”

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Shop Jambi / 2 Oktober 2021)

3. Realistis (al-waqi'yyah)

Sama artinya dengan sesuai kenyataan, tidak mengada-ada yang sampai menjurus pada kebohongan. Konsep dalam marketing syaiah bukanlah konsep pemasaran yang kaku, dan anti modernisasi melainkan konsep ini sangat fleksibel.

Para produsen dalam mempromosikan barang dagangannya tidak melebih-lebihkan apapun, mereka memasarkan dan mempromosikan sesuai dengan apa yang memang benar-benar apa adanya. Didalam transaksi tidak boleh ada yang ditutup-

tutupi, seorang penjual harus menjelaskan dengan sebenar-benarnya kondisi dari barang yang ia jual kepada konsumen atau pembeli.

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا ، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا

Rasulullah SAW bersabda, *“Biasakanlah berkata benar, karena benar itu menuntun kepada kebaikan dan kebaikan itu menuntun ke syurga. Hendaknya seseorang itu selalu berkata benar dan berusaha agar selalu tetap benar, sehingga dicatat di sisi Allah sebagai orang yang shiddiq (amat benar). Dan berhati-hatilah dari dusta, karena dusta akan menuntun kita berbuat curang, dan kecurangan itu menuntun ke neraka. Seseorang yang selalu berlaku curang akan dicatat di sisi Allah sebagai pendusta.”* (HR Bukhari Muslim)

Dan dalam penentuan harga pun mereka memperhatikan komponen bahan baku saja tetapi juga khasiat dari produk yang mereka pasarkan.

“khasiat dan bahan baku”

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal / Senin, 9 Agustus 2021)

“kalau saya lebih ke harga pokok produk lah. Harga pokok itu udah termasuk beban, gaji karyawan.”

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Shop Jambi / 2 Oktober 2021)

4. Humanistis (insaniyyah)

Humanistis artinya berprikemanusiaan, dan menghormati antar sesama. Pemasaran tidak lain bertujuan agar menciptakan kehidupan yang lebih baik. Jangan sampai kegiatan dalam pemasaran menimbulkan kerusakan dalam tatanan kehidupan.

Dalam pemasaran kita tidak akan pernah terhindar dari yang namanya pesaing. Sehingga kita harus cerdas dalam menghadapinya, dengan cara meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan bukan malah menjelek-jelekkan produk orang lain. Begitu pula yang dilakukan oleh para produsen produk tanaman biofarmaka ini, dalam menyikapi para pesaing mereka lebih mendorong meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan seta lebih membuat sebuah inovasi dalam pemasaran. Lebih mengarah pada pemanfaatan teknologi.

“peningkatan inovasi dan mempertahankan kualitas”

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal / Senin, 9 Agustus 2021)

“kita sih diferensiasi produk namanya. Diferensiasi pasar itu kita beda dari yang lainnya. Kita ada edukasi pasar, kita punya market khusus di instagram, facebook, sama whatsapp. Seperti memilih produk yang bagus itu seperti apa, itu dikasih tau ke para pelanggan, makanya misal kita ngambil produk jenis lain, mereka pasti protes, kok ga kayak kemarin, gitu. Karna mereka sudah teredukasi.”

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Shop Jambi / 2 Oktober 2021)

Dari paparan tersebut membuktikan bahwa mereka tidak menghabiskan waktu berfikir untuk mengalahkan produsen lain. Melainkan mereka lebih berfikir untuk meningkatkan kualitas dari produk yang mereka hasilkan.

1.4 Analisis ASOCA dalam Menentukan Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Guna Menunjang Peningkatan Penjualan Produk Biofarmaka Lokal di Provinsi Jambi

a. Ability (Kemampuan)

1. Tenaga Ahli yang Bergerak di Bidang Penelitian Tanaman Biofarmaka

Banyaknya tenaga ahli yang bergerak dibidang penelitian akan menambah peluang dalam pemasaran produk biofarmaka, bukan hanya meneliti ada juga yang menjual hasil penelitiannya kepada masyarakat luas. Sehingga hasil dari penelitiannya juga memiliki nilai jual.

2. Pembinaan Para Petani

Bahan baku dalam pembuatan produk yang diperjual-belikan pastinya melewati pembudidayaan oleh para petani, dalam hal ini ternyata ada pembinaan khusus yang dilakukan oleh dinas-dinas yang terkait. Hal ini langsung disampaikan oleh Operator Data Dinas Pertanian Tanaman Pangan Dan Hortikultura

“ya kalau mengenai pembinaan, dari program-program yang kita rancang awalnya akan disampaikan dari provinsi ke kabupaten. Pembinaan ke para petani mengenai pembudidayaan, kami serahkan ke penyuluhan dan mungkin memang mulai dari program penyuluhan juga tetap membina dari kelompok tani masing-masing daerah”

(Abi Mayubil Huda / Operator Data Tanaman Hortikultura Dinas Pertanian Provinsi Jambi / Senin, 20 September 2021)

3. Edukasi produk Biofarmaka

Hal yang menjadi pembeda dari penjual yang lain ialah produsen memberikan edukasi kepada konsumen mengenai produk yang dijual. Sehingga masyarakat yang belum paham bisa mengerti manfaat bahkan kandungan dari produk biofarmaka yang diperjual-belikan.

“....Dan kita ada program edukasi ya kepada konsumen kita, jadi kalau kita kirim brand yang beda mereka pasti akan tanya kok beda, karna dari awal sudah kita edukasi, sehingga ketika beda pasti mereka bertanya-tanya. Jadi yang awalnya tidak tau kandungan apa yang ada didalam produk jadi tau dan paham ...”

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Jambi Shop / 2 Oktober 2021)

b. Strength (Kekuatan)

2. Pembudidayaan Tanaman Biofarmaka yang Relatif Gampang

Pembudidayaan tanaman biofarmaka yang relatif gampang memberikan peluang besar kepada para produsen herbal untuk meningkatkan produksinya. Tidak jarang banyaknya permintaan bahan baku pembuatan produk biofarmaka membuat produksi tanaman biofarmaka menipis. Dari hasil wawancara di Dinas Pertanian Tanaman Pangan Dan hortikultura ada beberapa kabupaten yang banyak menghasilkan tanaman biofarmaka, jenisnya pun beragam.

“...Kalau kabupaten yang banyak menghasilkan tanaman biofarmaka kebanyakan di kabupaten Merangin, Tanjung Jabung Barat, kalau jahe sih sentralnya di Merangin, kalau Kerinci kalau tahun juga ada jahe, kalau kencur di Kerinci, Merangin, dan Tanjung Jabung Barat.”

(Abi Mayubil Huda / Operator Data Tanaman Hortikultura Dinas Pertanian Provinsi Jambi / Senin, 20 September 2021)

3. Relasi dalam Menjalin Kerjasama

Dalam menjalankan sebuah usaha salah satu faktor penting ialah membuka relasi kepada siapapun sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya di kenal masyarakat sekitar tempat produksi saja, tetapi masyarakat luas, bahkan mancanegara. Dan juga dalam distribusi pun tidak hanya di toko-toko kecil bisa didistribusikan ke perusahaan-perusahaan besar yang bergerak dibidang farmasi.

“.... Dan juga kemarin setiap tahun ada program yang memang di beberapa Kabupaten yaitu bekerjasama dengan PT Sido Muncul, ...”

(Abi Mayubil Huda / Operator Data Tanaman Hortikultura Dinas Pertanian Provinsi Jambi / Senin, 20 September 2021)

“... Kerjasamanya dengan martatilaar, pak heru, kemudian pada petrocina, lipi, kemudian perusahaan-perusahaan kecil yang bergerak dibidang jamu dan pengusaha jamu, ada juga dengan pemerintah daerah. misalnya, bungo pemerintahnya sangat mendukung pengolahan rempah dan herbal. Sebenarnya di provinsi ada dewan rempah indonesia, saya salah satu anggotanya ...”

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal / Senin, 9 Agustus 2021)

4. Pihak Perguruan Tinggi

Dalam hal peningkatan perekonomian masyarakat, peran Universitas sangat dibutuhkan. Terbukti dari banyaknya para peneliti yang berasal dari Universitas yang melakukan penelitian dibidang tanaman biofarmaka. Tidak hanya diteliti ada sebagian besar hasil dari penelitian itu menghasilkan produk yang dapat diperjualbelikan, sehingga dapat menambah pemasukan. Selain juga menambah pemasukan juga membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat. Dari hasil wawancara kepada salah satu dosen peneliti sekaligus penjual produk biofarmaka, ia mengatakan bahwa dalam memproduksi produk tanaman biofarmaka ini telah menggunakan metode modern, sehingga terjamin kebersihannya.

“...Karna kami punya mesin sendiri, jadi semua daun bisa dibuat jadi tepung dengan metode sanggai”

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal / Senin, 9 Agustus 2021)

5. Izin Layak Edar atau Sertifikasi Halal

Segala sesuatu yang dipasarkan untuk dikonsumsi masyarakat luas komponen pengeluaran izin layak edar dan sertifikasi halal adalah hal yang sangat penting. Selain untuk menjamin keamanan jika dikonsumsi juga sebagai dorongan untuk masyarakat membeli produk tersebut. sehingga masyarakat tidak lagi khawatir jika ingin mengonsumsinya. Dari hasil wawancara kepada salah satu penjual herbal ia mengakui bahwa masyarakat saat ini sudah sangat jeli dalam memilih produk yang akan dikonsumsi, mereka lebih tertarik dengan produk yang telah memiliki logo halal ketimbang produk yang belum memiliki logo halal.

“... Pun perbedaan minatnya juga kelihatan jelas, masyarakat lebih suka yang sudah mempunyai label halal ketimbang yang belum.”

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Jambi Shop / 2 Oktober 2021)

c. Opportunity (Peluang)

1. Permintaan pasar yang Tinggi

Saat ini permintaan untuk produk biofarmaka sangat tinggi dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Menurut hasil wawancara kepada salah satu penjual produk tanaman biofarmaka peningkatan terjadi sangat signifikan.

“... Kalau permintaan tinggi terkadang produhnya ga ada. Misalnya tahun ini kita memproduksi 10-1ton dikali 80 ribu, jadi 80 juta kalau ada. Paling rata-rata omset yang kami dapat sekitar 40-50 juta per bulan jika dirata-ratakan. Tapi saya akui tahun ini sangat terjadi peningkatan dibagian obat-obatan terutama obat-obatan herbal.”

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Jambi Shop / 2 Oktober 2021)

1. Kepercayaan dari Nenek Moyang

Jika kita menggali lagi kekayaan Indonesia ini sangatlah banyak salah satunya yaitu kebiasaan yang secara turun temurun dilakukan bahkan sebagian masyarakat masih mempercayainya yaitu menyembuhkan berbagai penyakit dengan bahan baku tanaman obat yang banyak dibudidayakan. Alasannya beragam dari murah dan mudah didapat sampai mereka menyakini bahwa jika digunakan secara terus menerus tidak menimbulkan efek samping.

Begitu pula yang disampaikan oleh narasumber sekaligus penghasil produk biofarmaka ini, ia menyampaikan alasannya tertarik meneliti dan memasarkan produk yang berasal dari bahan baku tanaman obat.

“... Kalau mengenai alasannya kita saat ini sering sekali hanya berfikir pendek saja sampai lupa bahwa kita punya warisan turun temurun salah satunya ini, tanaman biofarmaka atau lebih dikenal tanaman herbal. Dari jaman dulu nenek moyang kita ketika sakit, hanya minum ramuan loh, ga ada obat-obatan kimia. Dan semakin canggih teknologi ternyata semakin hilang aturannya hal itu yang harus kita pertahankan. Makanya saya sangat tertarik meneliti tanaman herbal ini, selain ingin menghidupkan lagi produk-produk tradisional, juga saya ingin membuat inovasi yang lebih modern sehingga dapat diterima diberbagai kalangan”

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal /
Senin, 9 Agustus 2021)

e. Agility (Kecerdasan)

1. Dosen Peneliti

Peneliti memegang peran penting dalam proses produksi obat berbahan tanaman biofarmaka. Semakin banyak peneliti semakin banyak juga jenis dari produk tanaman biofarmaka yang siap dipasarkan.

2. Inovasi

Inovasi dalam pemasaran sangat penting. Selain untuk menarik konsumen juga untuk mempertahankan pelanggan. Proses inovasi harus terus dilakukan sehingga produk menjadi terus berkembang, memiliki peningkatan, hingga mencapai kesempurnaan yang memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Seperti halnya saat ini yang semakin canggihnya teknologi menuntut kita untuk berfikir maju, itulah

yang dilakukan para penjual herbal atau obat berbahan tanaman biofarmaka saat ini. Dalam proses pemasaran bukan lagi dengan cara membuat outlet, melainkan mereka hanya menggunakan gadget saja. Pemasaran yang mereka lakukan sepenuhnya menggunakan sistem *Digital Marketing*.

“pemasaran saya lewat digital marketing semua, seperti tokopedia, shopee, instagram, fecebook, dan whatapps juga. Dan kita ada program edukasi ya kepada konsumen kita, jadi kalau kita kirim brand yang beda mereka pasti akan tanya kok beda, karna dari awal sudah kita edukasi, sehingga ketika beda pasti mereka bertanya-tanya. Jadi yang awalnya tidak tau kandungan apa yang ada didalam produk jadi tau dan paham, begitu mba.”

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Jambi Shop / 2 Oktober 2021)

3. Relasi yang Luas

Membangun sebuah relasi merupakan hal yang cukup penting untuk kemajuan dari usaha yang tengah dijalankan. Seorang pemasar harus memiliki banyak relasi agar mudah dalam memasarkan sebuah produk. Dalam islam dikenal dengan istilah silaturahmi, yaitu hubungan sesama individu yang harus selalu dipelihara dan ditingkatkan. Menurut Rasulullah SAW, orang yang selalu menjalin silaturahmi akan diperlancar serta dipermudah rezeki dan segala urusannya.

عَنْ ابْنِ شِهَابٍ قَالَ أَخْبَرَنِي أَنَسُ بْنُ مَالِكٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ وَيُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ

Dari Ibnu Syihab dia berkata; telah mengabarkan kepadaku Anas bin Malik bahwa Rasulullah shallallahu alaihi wasallam bersabda: *"Barangsiapa ingin lapangkan pintu rizeki untuknya dan dipanjangkan umurnya hendaknya ia menyambung tali silaturahmi."* (HR. Bukhari) [Shahih No.5986 Versi Fathul Bari].

Silahturahmi dapat menghilangkan hal-hal negatif seperti kesalahpahaman, iri hati, kebencian, dengki, kesombongan dsb. Demikian pula dalam pelaku pemasaran sangat dianjurkan agar selalu menyambung relasi dengan siapapun baik pelanggan ataupun calon pelanggannya.

4. Menggunakan Digital Marketing dalam proses Pemasaran

Salah satu inovasi yang dihasilkan para penjual produk tanaman biofarmaka ialah sat melakukan pemasaran sudah menggunakan *Digital Marketing*, dari sosial media hingga marketplace yang telah tersedia.

"dalam memasarkan produk lebih ke marketplace, salah satunya di shoope, tokopedia ..."

(Ir. Dede Martino, M.P / Dosen Peneliti Unja, sekaligus Produsen dan penjual herbal / Senin, 9 Agustus 2021)

"pemasaran saya lewat digital marketing semua, seperti tokopedia, shopee, instagram, fecebook, dan whatapps juga..."

(Cecep Perdianto / Owner Herbal Jambi Shop / 2 Oktober 2021)

Berikut merupakan matrik ASOCA dari hasil wawancara yang telah dilakukan:

1.5 Analisis ASOCA dengan Matrik ASOCA pada Produk Biofarmaka Lokal di Provinsi Jambi

Dengan analisis ASOCA memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi dan menentukan strategi dalam pengambilan keputusan. Analisis ASOCA menambahkan unsur *Culture* (budaya), dan *Agility* (kecerdasan) sebagai unsur yang penting dalam menemukan strategi pemecahan masalah, dan dapat dikembangkan dalam mengikuti perubahan, perkembangan zaman, dan kebutuhan. Hasil pada matrik ASOCA pada produk biofarmaka berikut yang telah ditambah dengan marketing mix dan syaria marketing:

Tabel 5. 1 Matrik ASOCA Menunjang Peningkatan Penjualan produk Biofarmaka di Provinsi Jambi

IFAS EFAS	Ability (kemampuan-Ab)	Strength (kekuatan-S)	Agility (kecerdasan-Ag).
	1. Tenaga ahli yang bergerak dibidang penelitian tanaman biofarmaka 2. Pembinaan para petani 3. Desa binaan bagi	1. Pembudidayaan tanaman biofarmaka yang relatif gampang 2. Relasi dalam menjalin kerjasama 3. Dukungan program	1. Dosen peneliti 2. Inovasi 3. Relasi yang luas 4. Menggunakan digital marketing dalam proses pemasaran

	peneliti dan penghasil produk biofarmaka 4. Edukasi produk biofarmaka	pemerintah 4. Pihak perguruan tinggi 5. Izin layak edar atau sertifikasi halal	
Opportunity (peluang-O), 1. Permintaan pasar yang tinggi	Strategi AbO - melakukan pembinaan kepada para petani - penyediaan sarana dan prasarana bagi para peneliti - memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai produk-produk biofarmaka - meningkatkan pengetahuan masyarakat melalui penyuluhan sehingga masyarakat mampu memanfaatkan potensi lahan secara Optimal.	Strategi SO - peningkatan pengetahuan kepada para petani mengenai pembudidayaan tanaman biofarmaka - membangun relasi yang lebih luas dalam pemasaran produk biofarmaka - mempertahankan kualitas sehingga permintaan semakin meningkat - memberikan pengarahan kepada pihak universitas yang memiliki dosen peneliti dibidang biofarmaka untuk lebih meningkatkan mutu dan kualitas dari	Strategi AgO - penyediaan sarana dan prasarana bagi para peneliti - membuat inovasi dalam pembuatan produk biofarmaka - menjalin kerjasama bukan hanya ke pedagang kecil tetapi perusahaan besar dibidang farmasi - peningkatan pengetahuan mengenai <i>Digital Marketing</i>

		hasil yang diteliti sehingga hasil penelitian tersebut dapat dipasarkan.	
Culture (budaya- C) 1. Kepercayaan turun temurun dari nenek moyang	Strategi AbC - tetap mempertahankan kualitas dari produk biofarmaka - pembinaan para petani dilakukan secara berkala - memberi pemahaman secara intens mengenai produk biofarmaka - tetap mempertahankan warisan leluhur mengenai ramuan-ramuan tradisional yang mampu menyembuhkan dan mencegah berbagai penyakit	Strategi SC - memberikan pengarahan kepada petani dalam mengolah lahan agar bisa memproduksi tanaman biofarmaka secara berkala dan terus menerus - semakin memperluas jaringan dan relasi - edukasi kepada para produsen pentingnya pengajuan sertifikasi halal dan layak edar untuk produk biofarmaka. - memberi dukungan penuh terhadap para dosen peneliti di tingkat Universitas.	Strategi AgC - memberikan pelatihan kepada para peneliti ataupun produsen untuk menambah inovasi dalam sistem produksi maupun pemasaran.

Menggunakan analisis faktor internal dan eksternal seperti yang sudah dijelaskan, maka dapat diketahui enam strategi yang terangkum dalam matrik ASOCA yang dapat dijadikan pertimbangan perusahaan untuk diterapkan. Strategi tersebut adalah Ability Opportunity (AbO), Strengths Opportunity (SO), Agility Opportunity (AgO), Ability Culture (AbC), Strengths Culture (SC), dan strategi Agility Culture (AgC) . Berdasarkan keterangan pada tabel matrik ASOCA diketahui strategi yang tepat untuk dilaksanakan oleh penghasil atau penjual produk biofarmaka adalah sebagai berikut:

a. Strategi Ability Opportunity (AbO)

Strategi AbO merupakan perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kemampuan dan peluang yang bisa memanfaatkan kemampuan untuk menciptakan peluang sebaik-baiknya. Dalam hal ini penghasil produk biofarmaka menggunakan kemampuan yang dimiliki untuk menciptakan peluang. Berikut rekomendasi strategi yang dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan oleh penghasil produk biofarmaka di Provinsi Jambi, antara lain:

1. Kepada instansi yang terkait baik itu pemerintah, dinas pertanian, para peneliti ataupun para penghasil produk biofarmaka melakukan pembinaan khusus kepada para petani khususnya petani tanaman biofarmaka, agar hasil tanaman tersebut dapat diproduksi dengan baik. Sehingga hasil dari tanaman tersebut dapat optimal dalam memenuhi permintaan para penghasil produk biofarmaka untuk diolah menjadi produk yang siap dipasarkan.

2. Bagi pihak universitas, penyediaan sarana dan prasarana untuk para dosen peneliti agar dapat maksimal dalam meneliti kandungan yang ada dalam tanaman biofarmaka sehingga dapat menjadi produk herbal yang dapat dipasarkan dan memiliki nilai jual.
3. Bagi para penghasil produk biofarmaka baik itu para peneliti ataupun para produsen yang dibantu oleh dinas terkait seperti Badan POM atau Dinas Kesehatan memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai kandungan dan khasiat dari produk-produk berbahan tanaman biofarmaka.
4. Memberikan penyuluhan secara bertahap kepada para petani agar mampu memanfaatkan lahan secara optimal.

b. Strategi Strength Opportunity (SO)

Strategi SO merupakan perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kekuatan dan peluang yang bisa memanfaatkan kekuatan untuk mempertahankan peluang. Dalam hal ini penghasil produk biofarmaka menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mempertahankan peluang. Berikut rekomendasi strategi yang dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan oleh penghasil produk biofarmaka di Provinsi Jambi, antara lain:

1. Bagi pemerintah dan dinas pertanian agar memberikan pelatihan atau penyuluhan yang dapat menambah pengetahuan para petani mengenai pembudidayaan tanaman biofarmaka, terutama pada desa binaan yang menjadi pemasok produk biofarmaka.

2. Pengeluaran sertifikasi halal dalam setiap produk yang dihasilkan dapat menambah kepercayaan masyarakat sehingga produk dapat di pasarkan tidak hanya di dalam negeri tapi di mancanegara dan tidak hanya di toko-toko kecil tapi juga dapat masuk ke perusahaan-perusahaan besar seperti kimia farma atau sejenisnya.
3. Bagi para penghasil harus konsisten terhadap kualitas atau harus lebih di tingkatkan lagi agar permintaan semakin meningkat.
4. memberikan pengarahan kepada pihak universitas yang memiliki dosen peneliti dibidang biofarmaka untuk lebih meningkatkan mutu dan kualitas dari hasil yang diteliti sehingga hasil penelitian tersebut dapat dipasarkan.

c. Strategi Agility Opportunity (AgO)

Strategi AgO merupakan perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kecerdasan dan peluang yang bisa menggunakankecerdasan untuk memanfaatkan peluang sebaik-baiknya. Dalam hal ini penghasil produk biofarmaka menggunakan kecerdasan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang. Berikut rekomendasi strategi yang dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan oleh penghasil produk biofarmaka di Provinsi Jambi, antara lain:

1. Lebih memperhatikan saran dan prasarana bagi para peneliti.
2. Memperhatikan dan meningkatkan inovasi dalam pembuatan produk biofarmaka.

3. Menjalin relasi tidak hanya ke perusahaan kecil tetapi perusahaan besar di bidang farmasi.
 4. Membuat penyuluhan atau pelatihan mengenai *Digital Marketing*.
- d. Strategi Ability Culture (AbC)

Strategi AbC merupakan perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kemampuan dan budaya yang bisa memanfaatkan kemampuan untuk menghadapi tuntutan lingkungan dan perubahan budaya. Berikut rekomendasi strategi yang dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan oleh penghasil produk biofarmaka di Provinsi Jambi, antara lain:

1. Tetap mempertahankan kualitas produk biofarmaka.
 2. Untuk pembinaan dan pelatihan sebaiknya dilakukan secara berkala.
 3. Tetap mempertahankan warisan leluhur mengenai ramuan-ramuan tradisional yang mampu menyembuhkan dan mencegah berbagai penyakit tetapi dengan cacatan harus ditambah dengan inovasi agar masyarakat lebih tertarik.
- e. Strategi Strengths Culture (SC)

Strategi SC merupakan perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kekuatan dan budaya yang bisa memanfaatkan kekuatan untuk tanggap dalam pengaruh perubahan budaya yang pasti akan terjadi. Berikut rekomendasi strategi yang dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan oleh penghasil produk biofarmaka di Provinsi Jambi, antara lain:

1. memberikan pengarahan kepada petani dalam mengolah lahan agar bisa memproduksi tanaman biofarmaka secara berkala dan terus menerus.
2. untuk para produsen agar lebih memperluas jaringan relasi.
3. Memberikan sosialisasi kepada para produsen mengenai prosedur dan pentingnya pengeluaran sertifikasi halal untuk produk biofarmaka
4. Memberikan dukungan penuh untuk para dosen peneliti di tingkat perguruan tinggi.

f. Strategi Agility Culture (AgC)

Strategi AgC merupakan perusahaan menentukan strategi berdasarkan kombinasi kecerdasan dan budaya yang bisa memanfaatkan kecerdasan untuk mensiasati dan meminimalisir pengaruh perubahan budaya. Berikut rekomendasi strategi yang dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan oleh penghasil produk biofarmaka di Provinsi Jambi, antara lain:

1. Memberikan pelatihan kepada para peneliti ataupun produsen untuk menambah inovasi dalam sistem produksi maupun pemasaran.