BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Terjadi peningkatan (trend) penggunaan bahan-bahan alam sebagai obat atau sering disebut dengan istilah biofarmaka. Disisi lain, Indonesia secara turun temurun telah menganggap bahwa tanaman obat atau biofarmaka merupakan warisan nenek moyang atau warisan budaya leluhur bangsa Indonesia. Ditambah lagi dengan adanya kampanye “Back To Nature” dan pemberitaan krisis ekonomi yang menyebabkan terjadinya penurunan daya beli obat-obat modern yang harganya relative mahal. Sampai saat ini obat berasal dari alam masih dipercayai karna sebagian masyarakat beranggapan bahwa obat berbahan alam aman dan tidak memiliki efek samping yang dapat membahayakan jika dikonsumsi secara terus menerus. Dengan kearifan lokal yang telah diwariskan secara turun temurun membuat mereka memiliki kemampuan dalam mengolah tumbuh-tumbuhan sebagai bahan baku pembuatan obat. (Katili *dkk.*, 2015)

Tanaman obat (biofarmaka) merupakan jenis-jenis tanaman yang memiliki fungsi berkhasiat dalam menyembuhkan berbagai penyakit dan juga sebagai pencegahan penyakit. Arti dari berkhasiat sendiri memiliki makna bahwa dalam kandungan tumbuhan tersebut mengandung zat yang bisa mengobati penyakit tertentu. Pemanfaatan tanaman obat bisa digunakan dengan cara diminum, ditempel,

bahkan dihirup, sehingga kegunaannya dapat memenuhi standar kerja sel dalam menerima senyawa kimia yang masuk atau rangsangan yang dihasilkan tanaman obat (biofarmaka) yang manfaatnya sebagai obat, baik yang sengaja ditanam atau tumbuh secara liar. Tumbuhan tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai racikan dan disajikan untuk obat guna penyembuhan penyakit. Tumbuhan obat merupakan bahan utama dalam pembuatan-pembuatan produk biofarmaka. Tanaman obat ialah tanaman yang masih asli atau murni dan belum diolah. Tanaman atau bagian dari tanaman tersebut yang diekstrak sehingga menjadi obat yang dapat menyembuhkan berbagai penyakit. (Anonim, 2012)

Keanekaragaman jenis tumbuhan diiringi dengan keanekaragaman dan kekayaan manfaat bagi manusia, menunjukkan bahwa Allah telah menciptakan segala sesuatu di bumi tidak ada yang sia-sia selalu memiliki manfaatnya masing-masing termasuk tumbuhan-tumbuhan yang tumbuh subur di bumi ini. Jauh sebelum berkembangnya IPTEK (ilmu pengetahuan dan teknologi), Allah SWT telah menjelaskan didalam Al-Qur'an bahwa segala sesuatu yang ada di bumi memiliki ragam jenis dan manfaat bagi kelangsungan hidup manusia, tinggal bagaimana dari kita sebagai ciptaan-NYA untuk mengolah dan memanfaatkan sebaik-baiknya. Tanaman obat sangat memiliki potensi untuk menjamin kesehatan dan kesejahteraan masyarakat apabila dimanfaatkan sebaik-baiknya. (Syamsiah, 2014)

أَوَلَمْ يَرَوْا إِلَى الْأَرْضِ كَمْ أَنْبَتْنَا فِيهَا مِنْ كُلِّ زَوْجٍ كَرِيمٍ - إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً وَمَا كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُؤْمِنِينَ -

Artinya: “dan apabila mereka tidak memperhatikan bumi, berapakah banyaknya kami tumbuhkan di bumi itu berbagai macam tumbuh-tumbuhan yang baik? Sesungguhnya pada demikian itu benar-benar terdapat suatu tanda kekuasaan Allah, dan kebanyakan mereka tidak beriman”. (Asy-syu'ara: 7-8)

Berdasarkan tafsir diatas menjelaskan bahwa jika manusia jeli dalam melihat hal tersebut, maka niscaya mereka akan mendapatkan petunjuk. Keanekaragaman yang dikeluarkan dari bumi ini memiliki manfaat tersendiri untuk keberlangsungan hidup manusia yang ada di bumi ini, semua itu hanya Allah lah yang dapat melakukannya. (Quraish Shihab, 2015)

Indonesia sangat terkenal akan kekayaan alam yang dimiliki, baik tanaman (flora) ataupun fauna (hewan) yang tersebar di darat maupun di laut yang memiliki berbagai kandungan senyawa kimia. Selain itu ternyata Indonesia menduduki peringkat kedua dalam kategori keragaman flora setelah Brazil. Hal ini dibuktikan dengan jumlah flora yang tersebar di Indonesia sebesar 30.000 jenis tumbuhan dari total yang tersebar di dunia sekitar 40.000, dengan 9.600 diantaranya merupakan tanaman obat (biofarmaka).

Permasalahan yang saat ini masih menjadi persoalan besar ialah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pengembangan sumber daya hayati terutama pada tanaman obat sebagai tanaman herbal untuk dioptimalkan potensinya. Di lain sisi pembudidaya tanaman obat cenderung mengejar target produksi dibandingkan

dengan memperhatikan kualitas dan strategi pemasarannya sehingga produksi banyak tapi sulit menembus peluang pasar yang ada dan menjanjikan.

Berdasarkan data FAO diketahui bahwa ada sekitar 80.000 tanaman yang tersebar di dunia. Hal tersebut dimanfaatkan oleh manusia hanya sekitar 1% yang dipelajari potensi dan manfaatnya. (Olausson, 2010)

Pemanfaatan tanaman obat sebagai obat tradisional merupakan peluang dalam meningkatkan perekonomian bangsa. Bisa kita lihat dari data Direktorat Jendral Bina Kefarmasian dan Alat Kesehatan RI menyebutkan bahwa pada tahun 2006 obat herbal tersebar secara meluas di pasar mencapai Rp 5 Triliun. Sedangkan ditahun 2007 hingga 2018, terjadi peningkatan sebesar Rp 6 Triliun sampai Rp 7,2 Triliun. Pada tahun 2012 pasar obat herbal pernah mencapai Rp 13,2 Triliun dengan nilai dalam negeri sebesar Rp 12,1 Triliun dan nilai Ekspor sebesar 1,1 Triliun.

Dalam perkembangan produk obat tradisional terus bertransformasi dari awalnya jamu menjadi produk biofarmaka dan produk obat herbal terstandar (OHT). Namun dengan demikian jumlah obat herbal terstandar dan biofarmaka yang terdaftar di Badan POM masih sangat minim. Periode 1 Januari hingga 18 September 2020, Badan POM telah menerbitkan izin untuk 241 Obat tradisional, 3 fitofarmaka, dan 604 suplemen kesehatan dengan khasiat membantu memelihara daya tahan tubuh.

Berdasarkan Perda No. 3 Tahun 2009 tentang Rancangan Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kota Jambi, disebutkan bahwa kota jambi memiliki visi

misi menjadikan provinsi jambi menjadi pusat perdagangan yang religius dan berbudaya. Melalui visi tersebut pembangunan kota Jambi diarahkan pada pengoptimalan pemanfaatan potensi yang dimiliki dari segala bidang termasuk bidang pemanfaatan tumbuhan biofarmaka yang ada di Provinsi Jambi.

Tabel 1.1 Struktur Perekonomian Menurut Lapangan Usaha di Kabupaten/Kota menurut PDRB atas Dasar Harga Berlaku 2020 (persen)

Kategori	kabupaten/kota											Provinsi Jambi
	kerinci	merangin	Sarolangun	Batanghari	muarojambi	tanjabtimur	tanjabbarat	tebo	bungo	kotajambi	sungaipenuh	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Pertanian	51,15	46,9	27,7	40,14	42,88	18,33	25,17	49,1	21,53	1,11	4,97	328,97
Pertambangan	1,48	2,37	20,87	10,14	10,2	50,13	38,15	6,66	13,93	1,78	0,8	156,51
Industry	2,72	7,04	3,68	10,36	15,39	7,04	16,93	5,86	5,97	10,09	0,62	85,7
listrik dan gas	0,04	0,07	0,03	0,06	0,04	0,02	0,02	0,09	0,07	0,22	0,02	0,68
pengadaan air	0,36	0,18	0,14	0,08	0,11	0,06	0,06	0,04	0,19	0,27	0,29	1,78
Konstruksi	5,66	6,96	14,85	6,59	5,25	4,55	4,67	7,61	13,3	9,08	10,79	89,31
Perdagangan	10,73	13,46	8,7	9,93	6,39	7,35	3,98	11,2	16,34	31,48	29,79	149,36
Transportasi	2,22	1,77	2,02	1,63	3,43	1,22	0,82	1,45	2,6	12,02	3,17	32,35
akomodasi makan	0,81	2,19	2,17	0,43	0,68	0,38	0,52	0,39	2,79	2,38	1,15	13,89
Infokom	7,22	4,52	3,8	4,15	2,74	1,64	2,06	4,03	5,29	4,66	14,22	54,33
keuangan, asuransi	1,02	1,48	2,53	1,74	1,69	0,79	1,05	1,4	3,93	5,34	4,57	25,54
real estate	1,79	2,22	1,36	1,36	1,48	0,63	0,74	2,04	2,72	2,55	2,89	19,78
jasa perusahaan	0,05	0,14	0,27	0,09	1,3	1,33	1,19	0,06	0,22	3,02	5,77	13,44
adm. Pemerintah	7,43	4,7	6,18	5,2	3,93	2,34	1,82	4,94	4,78	8,53	6,7	56,55
Pendidikan	4,38	3,36	2,85	4,88	2,05	3,32	1,82	2,47	5,1	4,53	9,87	44,63
jasa kesehatan	1,48	1,38	1,41	1,57	1,06	0,54	0,48	1,03	0,66	2,28	2,28	14,17
jasa lainnya	1,47	1,27	1,41	1,06	1,39	0,3	0,5	1,69	0,57	0,68	2,11	12,45

Sumber: BPS Provinsi Jambi

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa, struktur ekonomi ditentukan dari peranan ekonomi dalam memproduksi suatu barang. Pada tahun 2020 pertanian masih menjadi penghasilan utama di Provinsi Jambi, selain itu dilihat dari segi perdagangan kota Jambi merupakan penyumbang terbesar dilanjut oleh kota Sungai Penuh dan Kabupaten Bungo. Hal ini menjadi peluang yang sangat bagus dalam meningkatkan hasil produksi yang lebih baik lagi.

Jika kita berfikir maju maka kita akan memanfaatkan 2 hal tersebut, dari sisi pertanian kita bisa meningkatkan produksi tanaman obat (biofarmaka) dan dari sisi perdagangan kita bisa membuat sebuah rancangan atau strategi dalam peningkatan nilai jual dari produk lokal yang berasal dari provinsi jambi.

Tabel 1.2 Data Produksi Tanaman Biofarmaka Provinsi Jambi

wilayah	produksi tanaman biofarmaka							
	Jahe		Lengkuas		kencur		Kunyit	
	2009	2020	2009	2020	2009	2020	2009	2020
Provinsi Jambi	1 526 997	1 526 997	871 277	871 277	199 469	199 469	779 496	779 496
Kerinci	318 045	318 045	86 496	86 496	511	511	76 343	76 343
Merangin	969 268	969 268	599 152	599 152	139 165	139 165	320 234	320 234
Sarolangun	40 876	40 876	34 983	34 983	11 321	11 321	64 546	64 546
Batanghari	3 650	3 650	270	270	40	40	273	273
Muaro Jambi	123 245	123 245	108 814	108 814	36 388	36 388	272 741	272 741
Tanjung Jabung Timur	8 954	8 954	3 330	3 330	557	557	6 993	6 993
Tanjung Jabung Barat	12 038	12 038	9 778	9 778	2 711	2 711	5 271	5 271
Tebo	24 766	24 766	14 375	14 375	2 383	2 383	9 534	9 534
Bungo	2 627	2 627	3 070	3 070	1 533	1 533	2 207	2 207
Kota Jambi	1 613	1 613	698	698	216	216	2 005	2 005
Sungai Penuh	21 915	21 915	10 311	10 311	4 644	4 644	19 349	19 349

Sumber: Data BPS Kota Jambi

Dari tabel 1.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kabupaten yang ada di Provinsi Jambi rata-rata telah memiliki tanaman obat (biofarmaka). Artinya di Provinsi Jambi sangat cocok untuk membudidayakan tanaman obat, karena suhu udara di Provinsi Jambi berkisar 23 sampai 34 derajat celcius dan memiliki luas wilayah sekitar 53,435 km² diantaranya 60% lahan perkebunan dan lahan hutan yang merupakan penghasil produk di wilayah Sumatra.

Provinsi Jambi merupakan kawasan yang memiliki 3 hutan kota yang menjadi zona penyangga kabupaten dan kota yang sangat berguna untuk kehidupan dan ekosistem, 4 taman nasional beberapa kawasan lindung, dan taman hutan raya. Kekayaan alam yang dimiliki Provinsi Jambi sebagai bukti keragaman flora yang cukup tinggi termasuk didalamnya tumbuhan obat (biofarmaka).

Prospek dari produk tanaman biofarmaka diproyeksikan akan mengalami pertumbuhan pesat, baik di pasar domestik maupun global. Sayangnya peluang itu belum dapat dimanfaatkan maksimal, meskipun Indonesia mempunyai varietas bahan baku untuk produk herbal terbesar di dunia. Peluang menguasai momentum sektor industri ini untuk menjadi salah satu primadona di pasar domestik maupun ekspor masih belum optimal

Omset obat berbahan tanaman di pasar global saat ini diperkirakan sudah mencapai sekitar US\$ 138,350 miliar. Dalam 5 tahun ke depan perkiraan pertumbuhan 6,7% pertahun, omset pasar produk tersebut pasda tahun 2026 diproyeksikan mencapai sekitar US\$ 218,940 miliar.

Strategi yang bisa diterapkan dalam pengembangan biofarmaka ini ialah dapat mengambil pola-pola pertumbuhan dan penguatan kelembagaan berbasis pada penghasil produk-produk lokal. Utamanya penghasil produk biofarmaka yang telah lazim dibudidayakan seperti temulawak, jahe, kunyit, kencur, dan sebagainya.

Masalah yang paling mendasar dalam sebuah bisnis ialah bagaimana perusahaan mampu meningkatkan kualitas dari apa yang ia produksi ditengah persaingan yang semakin kuat. Dalam konsep pemasaran diketahui bahwa pencapaian suatu tujuan organisasi tergantung pada seberapa kuat perusahaan dalam memahami sasaran pasar dan memenuhi permintaan secara efektif dibandingkan para pesaing.

Konsep *marketing mix* mencangkup empat kegiatan perusahaan antara lain, produk, harga, distribusi, dan promosi. Salah satu indikator berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya hasil penjualan yang dicapai dalam suatu periode berikutnya (Bilson Simamora, 2003).

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis sangat lazim terjadi. Hal ini lah yang memacu para pembisnis menerapkan strategi pemasaran yang matang. Pemasaran islami atau pemasaran syariah mempunyai posisi yang strategis, karena pemasaran syariah merupakan salah satu strategi yang berlandaskan Al-Qur'an dan Sunah Rasulullah SAW. Pemasaran syariah merupakan sebuah disiplin bisnis yang mengarah pada proses pembuatan, serta penawaran yang prosesnya sesuai akad dan prinsip-prinsip islam dalam bermuamalah.

Inti dari pemasaran syariah adalah menciptakan nilai yang baik dan bermanfaat bagi konsumen. Konsumen adalah alasan mengapa sebuah perusahaan “*Exist*”. Teori pemasaran konvensional mengajarkan kita konsep yang sering kita kenal dengan sebutan “*Market-Driven Strategy*”. Dengan kata lain langkah perusahaan harus disetir oleh konsumen. Sedangkan dalam konsep syariah kita mengenal konsep yang disebut “*Sharia-Driven Strategy*” yang berarti segala strategi dan langkah dalam pemasaran bukan disetir oleh konsumen melainkan oleh aturan syariah. Konsekuensinya jika terjadi peningkatan permintaan yang cukup tinggi terhadap suatu produk dari konsumen (pasar), jika produk yang diminta tidak sesuai dengan syariah, maka pemasar tidak boleh menyediakannya.

Provinsi Jambi selain banyak menghasilkan tanaman biofarmaka lokal, juga memiliki peneliti yang fokus meneliti mengenai tanaman obat (biofarmaka) yang berada di lingkungan Universitas Jambi. Dengan didukung adanya Inkubator Bisnis dan Teknologi (IBT) yang merupakan laboratorium terpadu khusus sebagai pusat penelitian di lingkup Universitas Jambi dengan visi pada tahun 2025 menjadi inkubator bisnis dan teknologi unggulan yang inovatif, kompetitif, dan berkelanjutan bereputasi global. Selain itu, Universitas Jambi saat ini memiliki Pusat Unggulan IPTEK (Center Of Excellence) Ethnomedicine And Nutraceutical yang fokus mengintegrasikan pengobatan tradisional dan pangan kedalam system kesehatan.

Pemasaran berbasis syariah merupakan strategi yang cukup efisien untuk diterapkan ditambah dengan Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang

pengembangan sistem bisnis yaitu harus bersih dari unsur “*dharar*” (bahaya), “*jahalah*” (ketidakjelasan), “*zhulm*” (merugikan atau tidak adil). Bisnis yang islami harus bebas dari unsur maysir, gharar, haram, riba, dan bathil. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti mengenai strategi pemasaran syariah mereka membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara strategi pemasaran syariah dengan minat konsumen (Ades Astika, 2017). Selain itu Suindrawati (2015) dan Kristiana (2016), mengatakan bahwa dalam pelaksanaan strategi berbasis islam haruslah didasarkan pada penerapan karakteristik seperti Tauhid (Ketuhanan), etis (akhlak), realistis, dan humanitis. Dari sisi produk, biofarmaka merupakan tanaman yang sangat mudah kita jumpai dan banyak peneliti yang telah meneliti jenis tanaman biofarmaka ini menjadi obat yang mampu menyembuhkan berbagai penyakit.

Dari informasi yang didapat dari salahsatu pelaku sekaligus penghasil produk tanaman biofarmaka, saat ini dalam pemasaran produk tersebut masih terkendala dalam pengeluaran serifikasi halal dari lambannya hingga biaya dalam pengeluaran sertifikasi tersebut tetapi dalam kelayakan produsen pastikan sudah layak edar dan dalam proses pengolahannya dilakukan secara higienis dan menggunakan mesin modern. Potensi nilai jual dari produk biofarmaka sangat memiliki nilai jual, hanya saja terkendala dari sulitnya pengeluaran label halal sehingga produsen lebih mengutamakan produksi yang harus tetap berjalan.

Sehingga pemasaran produk biofarmaka lokal di Provinsi Jambi yang belum begitu maksimal dilakukan selama ini dan belum mampu menunjang perekonomian masyarakat Provinsi Jambi, oleh karena itu perlu dikaji sebuah strategi yang tepat dalam pemasaran produk biofarmaka lokal berbasis syariah agar mampu Menunjang Peningkatan Perekonomian Masyarakat Provinsi Jambi.

Maka penulis tertarik untuk mengangkat topik tersebut dalam penelitian yang berjudul **“Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Biofarmaka Lokal Di Provinsi Jambi”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perkembangan produk Biofarmaka lokal di Provinsi Jambi?
2. Apa saja peluang dan Hambatan dalam pengembangan produk Biofarmaka lokal di Provinsi Jambi?
3. Analisis strategi pemasaran berbasis syariah dalam memproduksi produk tanaman biofarmaka demi menunjang perekonomian masyarakat provinsi Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana bagaimana perkembangan produk Biofarmaka lokal di Provinsi Jambi
2. Mengetahui apa saja peluang dan hambatan dalam pengembangan produk Biofarmaka lokal di Provinsi Jambi

3. Menganalisis strategi pemasaran berbasis syariah dalam memproduksi produk tanaman biofarmaka demi menunjang perekonomian masyarakat provinsi Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya terutama mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang berminat melakukan penelitian dengan tema pemasaran berbasis syariah.

2. Bagi Praktisi

Memberikan sumbangsih pemikiran sebagai bahan bagi pihak yang bersangkutan dan pihak yang berkepentingan seperti dinas pertanian maupun BPOM dengan tujuan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan demi peningkatan Perekonomian di Provinsi Jambi.