

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KEMIRI DALAM
MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT DITINJAU DARI PERSPEKTIF
EKONOMI SYARIAH
(Studi Kasus Di Desa Bumi Pajo)**

Irfan Jaya^{1*}, Rafiuddin², Ibrahim³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Bima

*Email: irfanfirst90@gmail.com

ABSTRAK

Rintangan yang muncul saat melakukan transaksi jual beli lilin di desa Bumipajo adalah tantangan berkaitan dengan transportasi serta kurangnya infrastruktur yang memadai. Di kawasan penghasil kemiri, kondisi jalan akses sering kali sangat buruk, yang menyulitkan penduduk dalam mengambil kemiri dari desa tersebut. Di samping itu, tantangan lainnya adalah adanya persaingan yang ketat; banyaknya pengusaha membuat harga produk cenderung standar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pandangan pemasaran produk kemiri dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengamati fenomena di kawasan Bumi Pajo. Metode pengumpulan data yang diterapkan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berfungsi sebagai sumber data primer dan sekunder. Pada waktu yang sama, proses analisis data meliputi tahap mereduksi data, menyusun penyajian data, serta mengambil keputusan. Riset ini dilakukan di desa Bumipajo, Kecamatan Donggo, Bima, Nusa Tenggara Barat. Berdasarkan temuan dari riset berjudul "Analisis Strategi Pemasaran untuk Produk Kemiri dalam Mendorong Ekonomi Masyarakat dalam Pandangan Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Desa Bumi-Pajo)," dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang tepat serta integrasi prinsip-prinsip ekonomi syariah di Bumi-Pajo sangat efektif. Produk kemiri, yang sebelumnya hanya dikenal di tingkat lokal, dapat dipasarkan secara lebih luas dengan memanfaatkan berbagai strategi pemasaran inovatif, seperti penjualan langsung, kerjasama dengan distributor, dan penggunaan media sosial. Melalui kegiatan pemasaran yang lebih efektif, para pengusaha mampu memperkenalkan produk kemiri ke pasar yang lebih besar, termasuk di area lain dan bahkan dalam beberapa situasi, menjangkau pasar internasional.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Ekonomi Masyarakat, Perspektif Ekonomi Syariah

ABSTRACT

Obstacles that then become obstacles in the process of buying and selling candlenuts in Bumi Pajo Village in particular, road transportation constraints and inadequate infrastructure specifically in candlenut producing areas often have poor road access, so that people find it difficult to take candlenuts in candlenut land then the second obstacle is the intense competition of many business actors so that the product is offered at a standard price. So this research aims to find out how the Marketing Perspective Strategy of Candlenut Products in Improving the Community Economy is Reviewed from Sharia Economics. This research uses Qualitative research, which is to find out the phenomena or events that occur at the research location. Then the Data Collection Technique is Observation, Interview and Documentation as primary and secondary data sources. Then the data analysis technique is data reduction, data presentation and conclusion drawing. This research was conducted in Bumi Pajo Village, Donggo District, Bima Regency, West Nusa Tenggara. Based on the results of the research "Analysis of Pecan Product Marketing Strategy in Improving the Community Economy Viewed from the Perspective of Sharia Economics (Case Study in Bumi Pajo Village)", it can be concluded that the application of effective marketing strategies and the integration of sharia economic principles have a significant impact on improving the community's economy in Bumi Pajo Village. Candlenut products, which were initially only known at the local level, can now be marketed more widely, thanks to the application of smart marketing strategies, such as direct marketing, cooperation with distributors, and utilization of social media. With more effective marketing, business



actors have succeeded in introducing candlenut products to a larger market, including outside the region, potentially even internationally

Keywords: Marketing Strategy, Community Economy, Sharia Economic Perspective

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan potensi ekonomi yang besar dan menarik perhatian dunia. Saat ini, Indonesia terlibat dalam kompetisi global di pasar internasional yang sering disebut ASEAN Economic Community (AEC), yang telah mulai sejak tahun 2015. Jumlah tenaga kerja yang besar tidak dapat disetarakan dengan adanya lowongan pekerjaan yang terbatas. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa banyak perusahaan di sektor mikro, kecil, dan menengah (MSME) saat ini merupakan salah satu pilar penting dalam ekonomi masyarakat (Hamzah, 2022)

Di era globalisasi, persaingan terjadi baik di tingkat regional maupun internasional, yang mengindikasikan bahwa perusahaan dan produknya harus mampu bersaing dengan produk-produk sejenis dari berbagai negara di seluruh dunia. Untuk tetap eksis dan saling bersaing di pasaran internasional, banyak perusahaan yang telah memulai upaya pemasaran produk lokal ke pangsa pasar global. Setiap perusahaan diwajibkan memiliki strategi pemasaran dan manajemen yang efisien untuk meraih keunggulan kompetitif serta mengembangkan bisnis. Dalam hal ini, perusahaan perlu memandang persaingan sebagai peluang dan merancang strategi yang unik dan menyeluruh guna memahami kondisi pasar global dan metode efektif untuk memasarkan produk lokal (Deny Luky, 2024).

Sumber Daya Alam dan Manajemen Lingkungan adalah isu krusial di berbagai wilayah Indonesia, termasuk Nusa Tenggara Barat (NTB). Kawasan ini memiliki beragam sumber daya alam, seperti hutan, sumber air, dan lahan pertanian lainnya, yang merupakan tulang punggung kehidupan masyarakat. Namun, dengan meningkatnya aktivitas ekonomi dan laju pertumbuhan populasi, NTB menghadapi berbagai tantangan lingkungan, seperti deforestasi, menurunnya kualitas tanah, pencemaran air, dan kerusakan ekosistem laut (Jalaluddin & Irwan Siriadi, 2019).

Kondisi ini tidak hanya mengancam keberlangsungan kehidupan lingkungan, tetapi juga berpotensi membawa dampak serius bagi warga yang sangat bergantung pada sumber daya alam (Galeh et al., 202). Pemasaran Produk adalah suatu kebutuhan di pasar yang harus

dipenuhi dengan beragam penawaran produk. Secara umum, strategi keseluruhan perusahaan didasari oleh strategi produk yang mereka pilih. Pelaksanaan strategi produk memerlukan koordinasi dan kolaborasi antara berbagai departemen, termasuk tim keuangan, riset dan pengembangan, serta pemasaran. Ini sering kali menjadi tantangan utama dalam menciptakan dan menerapkan strategi produk. Perusahaan memiliki opsi untuk menerapkan strategi produk tunggal, berbagai strategi produk, atau sistem produk.

Strategi produk tunggal berfokus pada peningkatan efisiensi dan daya saing dengan memanfaatkan spesialisasi dalam produk. Pendekatan ini mendorong perusahaan untuk terus-menerus berinovasi dalam produk mereka dan mendapatkan posisi dominan di pasar. Di sisi lain, berbagai strategi produk berupaya meminimalkan risiko finansial yang muncul dari ketergantungan pada produk tertentu dengan cara menambahkan variasi produk. Peneliti dapat menyesuaikan setidaknya pengurangan dalam kinerja produk.

Perusahaan ini berusaha mengembangkan pertumbuhannya melalui tawaran produk. Dalam berbagai strategi produk, semua produk dalam portofolio perusahaan saling melengkapi (No et al., 2023). Kemiri adalah sumber daya alam dari Bumi Pajo yang kini semakin digemari di daerah tersebut. Di wilayah ini, keberadaannya memberikan dampak signifikan bagi masyarakat. Masih ada potensi pertumbuhan yang lebih besar di produksi kemiri. Kemiri memiliki banyak manfaat dalam kehidupan manusia, karena hampir semua bagian dari tumbuhan ini dapat dimanfaatkan. Namun, bijinya adalah bagian yang paling berharga secara ekonomi. Kemiri dapat digunakan sebagai bahan aromatik dalam masakan, obat-obatan, kosmetik, dan lain-lain. Salah satu cara untuk memanfaatkan biji kemiri.

Pendapatan masyarakat juga merupakan hasil dari kegiatan bisnis yang dilakukan oleh individu sebagai imbalan atas usaha mereka yang dapat dianggap sebagai kompensasi untuk pekerjaan yang dilakukan. Pendapatan memiliki pengaruh besar terhadap kemajuan atau kemunduran perusahaan. Oleh karena itu, kita perlu melakukan segala usaha untuk mencapai tingkat pendapatan yang diinginkan. Menurut Widiatama, pendapatan adalah hasil dari



penjualan yang diperoleh melalui proses produksi (Nabila Veren Estefany et al., 2022). Dalam perspektif ekonomi Islam, pendapatan harus didasarkan pada prinsip-prinsip yang diajarkan dalam Quran dan Hadis yang menegaskan pentingnya keadilan.

Keadilan menciptakan keseimbangan antara pihak-pihak yang terlibat tanpa melibatkan batasan atau penindasan. Kesejahteraan adalah tulus dan mendorong perilaku yang baik. (Pokhrel, 202). Penjelasan ini menyoroti vitalnya konsep keadilan dalam ekonomi Islam, seperti yang tercantum dalam (QS Surah An-Nissa ayat 29), Allah berfirman:

"Janganlah kebencian terhadap suatu kaum mendorongmu untuk bertindak tidak adil. Berlaku adil, itu lebih dekat kepada ketakwaan. Dan takutlah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kalian kerjakan."

Penelitian ini diperlukan untuk mengevaluasi seberapa efektif saluran penjualan kemiri dan cara petani terlibat dalam rantai pemasaran. Dalam konteks ini, penulis ingin memberikan lebih banyak rinci tentang analisis strategi pemasaran Kemiri yang berada di desa Bumipajo. Oleh karena itu, judul yang diusulkan dalam tulisan ini adalah "Analisis Strategi Pemasaran untuk Produk Kemiri guna meningkatkan ekonomi masyarakat dari sudut pandang ekonomi Syariah: studi kasus di desa Bumipajo."

Desa Bumi Pajo dikenal sebagai penghasil lilin yang dibuat secara lokal di provinsi Nusa Tenggara Barat, dengan potensi besar dan terus berkembang dalam produksinya. Lokasi desa ini berada di distrik Donggo Bima dan kaya akan berbagai sumber daya alam. Salah satu hasil paling signifikan dari desa ini adalah Kemiri.

Kebun kemiri lilin memiliki peranan yang sangat vital bagi penduduk desa Bumipajo, berfungsi sebagai sumber nafkah, warisan budaya, serta peluang ekonomi. Desa Bumipajo merupakan salah satu lokasi utama untuk produksi kemiri di Kabupaten Bima dan mengalami pertumbuhan yang cukup pesat setiap tahunnya. Pohon kemiri dapat bertahan dan dipanen selama beberapa dekade, sehingga menjadikan desa ini terlindungi dari dampak buruk yang dapat merusak ekosistem alami.

Mengacu pada pengamatan awal yang dilakukan oleh para peneliti, desa Bumipajo terdiri dari lima dusun yang fokus pada produksi kemiri, yakni Dusun Ncuhi, Dusun Padende, Dusun Rasabou, Dusun Madanggasa, dan Dusun Pemukiman. Kelima dusun tersebut memiliki

lahan kemiri yang luas dengan hasil yang sangat memuaskan bagi para petani kemiri. Namun, terdapat sejumlah rintangan yang menjadi penghalang dalam pemasaran kemiri dari desa Bumipajo, khususnya terkait dengan kurangnya fasilitas transportasi dan infrastruktur yang memadai. Proses produksi kemiri sering kali terhalang oleh akses jalan yang kurang baik, menyulitkan masyarakat dalam mendistribusikan kemiri ke luar desa. Selain itu, tantangan lainnya adalah persaingan ketat di antara para pelaku usaha, yang menawarkan produk dengan harga yang sama (Survey, 2025). Para peneliti menyarankan adanya langkah strategis untuk segera memperbaiki infrastruktur demi memfasilitasi peningkatan penjualan produk kemiri di desa Bumipajo.

Salah satu solusi yang diajukan oleh peneliti adalah mempercepat perbaikan infrastruktur, yang diharapkan dapat membantu mempermudah proses penjualan produk kemiri yang ada di Desa Bumi Pajo, sehingga berdampak positif bagi perekonomian masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pemasaran

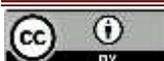
Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, baik dalam produk maupun layanan. Strategi ini berfungsi sebagai fondasi dalam menyusun rencana secara menyeluruh (Hulu et al., 2021).

Produk Kemiri

Kemiri adalah tanaman yang berasal dari Indonesia dan tersebar luas di wilayah Asia Tenggara, Polinesia, Asia Selatan, serta Brasil. Kemiri (*Aleurites moluccana*) kaya akan flavonoid, polifenol, berbagai vitamin, folat, protein, karbohidrat, tanin, alkaloid, saponin, steroid, serta terpenoid. Masyarakat memanfaatkan kemiri untuk berbagai keperluan, seperti merangsang pertumbuhan rambut, menyembuhkan luka pada kulit, mengatasi ulkus, diare, asma, serta meningkatkan efek analgesik. Dengan demikian, para peneliti dapat menyimpulkan bahwa kemiri menawarkan banyak manfaat, tidak sekadar untuk perdagangan.

Peningkatan Ekonomi Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk mempersiapkan individu, bersamaan dengan langkah-langkah untuk memperkuat lembaga sosial sehingga mereka mampu menciptakan kemajuan, mandiri, dan mencapai kesejahteraan



dalam konteks keadilan sosial yang berkelanjutan (Afriansyah., 2023).

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zabir Zainuddin menunjukkan bahwa strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam mencapai keberhasilan bisnis. Oleh karena itu, sektor pemasaran sangat krusial untuk memahami rencana bisnis yang spesifik. Hal ini menjadi relevan saat perusahaan berupaya menjaga dan meningkatkan penjualan produk atau layanan yang disediakan. Dengan memanfaatkan kesempatan untuk memperkuat posisi perusahaan di pasar, penjualan dapat dipertahankan atau dikelola dengan penerapan strategi pemasaran yang sesuai dan terarah (Z et al., 2022).

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan teori serta temuan dari penelitian yang ada, para peneliti meyakini bahwa konsep kualitas layanan dapat diterapkan, terutama di sektor Usaha Mikro dan Kecil (UMK) serta dalam berbagai konteks. Dengan demikian, penelitian ini tidak saja mendukung teori yang ada, tetapi juga menjangkau konsep bisnis yang berbeda dan berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dalam memperbaiki UMK. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami fenomena analisis strategi pemasaran produk kemiri demi meningkatkan ekonomi masyarakat dari sudut pandang ekonomi Islam (studi kasus desa Bumipajo). Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif adalah metode di mana peneliti mengeksplorasi keadaan alami (berbanding dengan eksperimen) di mana mereka berfungsi sebagai instrumen utama, teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (kombinasi), dan analisis data menghasilkan informasi dari penelitian kualitatif pendahuluan yang bersifat indikatif dan umum (Safarudin et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian kualitatif, dengan data yang dikumpulkan dari subjek penelitian di desa Bumi Pajo, Distrik Bima. Peneliti berencana mengeksplorasi topik "Analisis Strategi Pemasaran Kemiri untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat dalam Konteks Ekonomi Syariah," dan mereka akan menerapkan pendekatan penelitian yang mendalam di desa Bumi Pajo, mencakup aspek seperti regulasi desa, elemen

ekonomi, serta para petani kemiri. Dari penjelasan yang diberikan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa ini merupakan studi kualitatif yang memberikan penjelasan deskriptif atau analisis terkait objek yang diteliti. Penelitian ini akan dilaksanakan di desa Bumipajo, yang terletak di Distrik Donggo, Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat. Durasi penelitian direncanakan selama dua bulan, dari April hingga Mei 2025, memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menyaksikan semua tahapan penelitian secara komprehensif. Teknik pengumpulan data akan dilakukan melalui metode perekaman data dengan alat penelitian yang menjadi langkah krusial dalam keseluruhan proses penelitian. Istilah "pengumpulan" mencakup konsep "pengambilan" dan "pemrosesan awal" yang berhubungan dengan sumber data. Proses pengumpulan data berdampak pada efisiensi pemrosesan data dan dilanjutkan setelahnya. Metode pengumpulan data ini diterapkan dalam penelitian ini.

Observasi

Observasi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memeriksa objek tertentu. Dalam melaksanakan pengamatan, peneliti menggunakan alat formal yang ditetapkan. Selama proses pengamatan, peneliti mengambil posisi yang tidak aktif. Fokus dari pengamatan meliputi atribut individu seperti cara berpakaian, gerakan tubuh, interaksi nonverbal, hubungan antar individu, aktivitas yang dilakukan, dan kondisi lingkungan fisik. Dalam pengamatan ini, penting untuk menganalisis strategi pemasaran produk kemiri dalam rangka meningkatkan ekonomi masyarakat, dengan mempertimbangkan sudut pandang ekonomi Syariah, mencakup aspek pemasaran produk kemiri, transaksi jual beli kemiri, serta taktik yang diterapkan dalam pemasaran. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang akurat dari lapangan. Dalam pengamatan yang dilakukan oleh para peneliti, fokusnya adalah untuk memantau situasi dan kegiatan sekolah yang aktif secara fisik, sehubungan dengan analisis strategi pemasaran produk kemiri dalam meningkatkan ekonomi masyarakat, sesuai dengan perspektif ekonomi Islam (studi kasus di Desa Bumi Pajo).

Wawancara

Metode wawancara dalam penelitian adalah cara pengumpulan data melalui hubungan langsung antara peneliti dan responden. Wawancara memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mendapatkan beragam informasi yang lebih luas serta memahami pandangan,



pengalaman, atau opini responden terkait isu yang sedang diteliti (M Teguh Saefuddin, 2023). Proses wawancara bisa dilakukan dalam format terstruktur maupun tidak terstruktur untuk mengumpulkan informasi terkait inti dari pertanyaan penelitian.

Pemerintah Desa: Untuk memperoleh informasi mengenai analisis strategi pemasaran produk kemiri yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat dalam konteks ekonomi Syariah (Studi Kasus di Desa Bumi Pajo). Wawancara ini meliputi sejumlah pertanyaan terstruktur yang berfokus pada pelaksanaan wawancara dengan peraturan desa yang berkaitan dengan analisis strategi pemasaran produk kemiri demi meningkatkan ekonomi masyarakat, dalam perspektif ekonomi Islam, serta keterlibatan pemangku kepentingan ekonomi serta petani kemiri dalam upaya meningkatkan ekonomi masyarakat sesuai dengan sudut pandang ekonomi Islam serta analisis strateginya.

Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara untuk merekam, mengumpulkan, menyimpan, serta mengelola informasi dalam bentuk tulisan, gambar, catatan, atau bentuk media lain yang dimaksudkan untuk mendokumentasikan peristiwa, kegiatan, atau data penting. Umumnya, dokumentasi digunakan untuk mendokumentasikan proses, acara, atau hasil penelitian, yang menjadikannya dapat diakses, dipahami, dan diterapkan di masa mendatang. Secara spesifik, dalam kasus studi di desa Bumipajo, terkait dengan informasi tentang analisis strategi pemasaran produk kemiri untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dari sudut pandang ekonomi Islam. Dokumentasi ini bertujuan untuk melengkapi informasi dari observasi dan wawancara. Terdapat dua jenis dokumentasi: pedoman dokumentasi yang mencakup struktur atau kategori data dan daftar periksa berdasar variabel yang ada. Penjelasan ini memungkinkan peneliti untuk menyimpulkan bahwa hasil atau bukti dari wawancara atau observasi dapat berbentuk dokumentasi, gambar, atau materi sejenis.

Analisis Data

Data yang dihasilkan dari penelitian kualitatif di lapangan pada dasarnya adalah data mentah. Untuk menjadikan data sebagai dasar empiris dalam menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis, dibutuhkan banyak pengolahan dan analisis data. Prosedur analisis data pada penelitian kualitatif melibatkan

pengolahan dan penyajian data, menerapkan berbagai penghitungan untuk menggambarkan data, serta melakukan analisis guna menguji hipotesis. Dalam penelitian kualitatif, model analisis data yang sering digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, yang mencakup tiga langkah.

Pengurangan Data

Pengurangan data adalah proses penyaringan dan merangkum informasi, dengan fokus lebih pada aspek - aspek yang relevan. Penyajian data adalah penyampaian informasi dalam bentuk tertulis untuk mendukung pemahaman. Derivasinya adalah interpretasi data dan pengambilan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian. Kita bisa menyimpulkan bahwa metode penelitian ini disusun untuk menyelidiki praktik penjualan dan pembelian mangga dalam sistem grosir dari perspektif Islam (kasus studi di desa Mbawa, distrik Dongo, Kabupaten Bima). Keandalan data dalam penelitian kualitatif, yang disebut sebagai reliabilitas, juga mencakup validitas internal. Dalam penelitian kualitatif, data dianggap dapat dipercaya jika terdapat konsistensi antara apa yang muncul di lapangan dengan objek yang diteliti (Mekarism, 2020).

Berikut adalah beberapa metode yang digunakan oleh peneliti untuk memverifikasi keakuratan data. Ujian Anggota (Pemeriksaan Ulangi) adalah sebuah teknik dalam penelitian kualitatif untuk memverifikasi keakuratan dan interpretasi dari data yang didapatkan dari individu yang diwawancarai atau dari partisipan. Teknik ini mencakup pengiriman data atau hasil penelitian kepada partisipan atau anggota kelompok untuk memastikan bahwa informasi yang dihimpun benar-benar mencerminkan pengalaman dan pandangan dari peneliti. Proses ini dilakukan setelah tahap pengumpulan data atau hasil penelitian selesai. Para peneliti juga akan mendiskusikan temuan tersebut dengan personel sumber daya.

Crosscheck

CrossCheck adalah sebuah metode atau teknologi yang diterapkan dalam penelitian atau analisis data untuk memvalidasi kebenaran atau akurasi informasi dengan membandingkan data atau hasil dari beberapa sumber yang berbeda. Tujuan utama dari proses crosscheck adalah untuk memastikan bahwa data yang diperoleh adalah konsisten dan valid, serta untuk mendeteksi kemungkinan kesalahan, distorsi, atau ketidakakuratan tertentu. Prosedur ini dilakukan untuk menghindari kekeliruan dalam data yang diperoleh di lapangan. Triangulasi



merupakan teknik untuk memverifikasi data dengan memanfaatkan sumber lain di luar data itu sendiri sebagai alat verifikasi atau perbandingan. Menurut Husnullail et al. (2021), terdapat empat tipe triangulasi yang dapat digunakan untuk menilai kevalidan data. Ini berarti menggunakan berbagai sumber, metode yang berbeda, kolaborasi dengan peneliti, serta teori. Segitiga ini menekankan betapa pentingnya efisiensi dalam proses dan hasil. Peneliti bisa mengevaluasi efektivitas metode yang diterapkan dan memverifikasi informasi yang didapat. Metode ini berupaya menemukan kesamaan dari data yang telah dikumpulkan untuk digunakan sebagai alat evaluasi dan perbandingan dengan data yang sudah ada (Ridhwan, 2025).

Bahan Referensi

Bahan referensi adalah sumber yang dimanfaatkan untuk memperkuat, meningkatkan atau memberikan dasar bagi tatacara penulisan atau penelitian. Peneliti menggantungkan diri pada referensi untuk memasukkan informasi, teori, data, atau perbincangan yang berhubungan dengan topik yang mereka bahas. Bahan referensi ini bisa berasal dari berbagai macam sumber yang tersedia, baik itu sumber cetak, digital, atau sekunder (Fatmawati, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

"Analisis strategi pemasaran produk kemiri untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dalam sudut pandang ekonomi Syariah (Studi Kasus Desa Bumipajo)" bertujuan untuk menyelidiki bagaimana strategi pemasaran produk kemiri dapat mendukung perekonomian di Bumipajo. Temuan dari penelitian ini mengungkap bahwa strategi pemasaran yang diimplementasikan oleh faktor ekonomi desa memiliki berbagai pendekatan, termasuk pemasaran langsung, kerja sama dengan pihak ketiga, serta pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar.

Selain itu, elemen ekonomi Islam menjadi faktor utama dalam strategi pemasaran ini dengan menekankan prinsip - prinsip keadilan, transparansi dan keberlanjutan dalam semua transaksi. Pendekatan ini tidak hanya memperbaiki manfaat ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga berkontribusi pada hubungan sosial karena adanya kegiatan ekonomi yang sejalan dengan prinsip-prinsip Syariah. Menghindari tindakan kelas atas atau penipuan. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat yang mengakomodasi nilai-nilai ekonomi Islam, produk kemiri di desa Bumi Pajo dapat

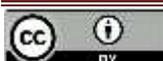
meningkatkan pendapatan serta memperbaiki kondisi sosial ekonomi masyarakat dengan cara yang berkelanjutan. Selanjutnya, unsur-unsur ekonomi Islam telah memberikan kontribusi signifikan dalam pelaksanaan pemasaran di desa ini. Dalam pandangan ekonomi Islam, setiap transaksi dinilai tidak hanya dari aspek keuntungan finansial, tetapi juga dari sudut pandang masalah etika dan sosial seperti keadilan, transparansi, dan kerjasama.

Oleh karena itu, pengusaha Bumi Pajo lebih berhati-hati dalam menjaga agar tindakan mereka selaras dengan prinsip-prinsip Syariah, menghindari elemen seperti kepemilikan berlebihan, penipuan, serta ketidakjelasan dalam kontrak. Hal ini tidak hanya menciptakan sebuah ekosistem perdagangan yang lebih adil dan etis, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk kemiri yang ditawarkan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam strategi pemasaran memungkinkan penduduk desa Bumipajo tidak hanya mendapatkan manfaat ekonomi dengan peningkatan pendapatan, tetapi juga meningkatkan kualitas kehidupan sosial. Lebih jauh lagi, kegiatan ekonomi yang dilaksanakan menjadi lebih stabil berdasarkan prinsip-prinsip Syariah dan bertahan dengan baik karena cenderung menjauhi praktik-praktik yang merugikan individu serta masyarakat umum.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan pelaksanaan prinsip ekonomi Syariah memiliki potensi signifikan untuk meningkatkan ekonomi desa Bumipajo secara langsung dan berkelanjutan. Ini menunjukkan bahwa pasar lokal dapat mengalami pertumbuhan tidak hanya melalui metode konvensional, tetapi juga dengan memasukkan nilai-nilai etika yang memberikan dampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan. Diskusi Penelitian Berdasarkan hasil penelitian ini, ada sejumlah poin kunci yang perlu dianalisis lebih mendalam.

Manfaat

Potensi keuntungan dari strategi pemasaran yang efektif untuk produk kemiri di desa Bumipajo sangat menjanjikan, terutama karena tingginya permintaan pasar untuk produk olahan kemiri. Namun, tanpa adanya pendekatan pemasaran yang tepat, produk-produk ini akan sulit untuk bersaing dengan item sejenis yang lebih dikenal di pasar. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan berbagai pendekatan pemasaran, seperti pemasaran langsung, kerja



sama dengan distributor, serta memanfaatkan platform media sosial. Memaksimalkan penggunaan pemasaran digital memberi kesempatan kepada pengusaha untuk menjangkau basis konsumen yang lebih luas, bahkan hingga ke luar daerah dan internasional. Media sosial juga memberikan ruang bagi penjual untuk berkomunikasi langsung dengan konsumen, mendapatkan masukan, dan meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan.

Peran Ekonomi Syariah

Pemasaran dalam konteks peran ekonomi syariah dalam penerapan prinsip ekonomi syariah terkait produk kemiri di Desa Bumipajo memberikan keuntungan tambahan bagi masyarakat. Salah satu aspek fundamental dari ekonomi Islam adalah keadilan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Penelitian ini jelas menunjukkan bahwa perusahaan menjaga transparansi mengenai harga dan kualitas barang, serta menghindari praktik berisiko bagi konsumen, seperti penipuan dalam transaksi dan kebingungan. Dimensi ini sangat krusial. Dalam ekonomi Islam, semua transaksi seharusnya dilakukan dengan itikad baik tanpa adanya penipuan, dan hal ini sangat vital karena perlu menghasilkan manfaat bagi kedua belah pihak yang terlibat (penjual dan pembeli). Selain itu, prinsip Mudaraba dan Mushyarakah, yang menekankan kerja sama saling menguntungkan, juga telah teramati dalam kemitraan antara penjual dan distributor. Sebagai contoh, mereka berkolaborasi dengan kolektor dan dealer untuk memasarkan produk dalam program penjualan yang adil, seperti yang dilakukan oleh petani kemiri di Desa Bumipajo. Hal ini memberikan pengaruh positif terhadap kesejahteraan sosial baik bagi pelaku bisnis maupun bagi masyarakat secara keseluruhan.

Efek Sosial

Dengan penerapan strategi pemasaran yang efektif dan adopsi nilai-nilai ekonomi Islam, ekonomi desa menunjukkan kemajuan yang signifikan. Produk kemiri kini dapat dijual di pasar yang lebih luas dengan harga yang bersaing, sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, keterbukaan dan keadilan menciptakan rasa syukur dan kepercayaan dalam setiap transaksi bisnis. Keberhasilan ini juga mendorong terbentuknya jaringan kerjasama di antara anggota masyarakat, baik dalam aspek bisnis maupun sosial, yang memperkuat solidaritas dan harmoni di desa. Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa penerapan prinsip ekonomi Islam tidak hanya memberikan

keuntungan ekonomi, tetapi juga mendorong pembentukan hubungan sosial yang lebih baik.

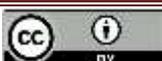
Menciptakan Lapangan Kerja

Menciptakan peluang kerja baru di desa dan meminimalkan kemiskinan. Dengan demikian, pendekatan ekonomi Islam dapat dijadikan model yang efektif untuk mengatasi tantangan ekonomi di tingkat lokal dengan membangun sistem yang tidak hanya bermanfaat bagi individu, tetapi juga secara luas menguntungkan masyarakat. Keberlanjutan Ekonomi Desa

Poin utama yang dibahas dalam studi ini adalah keberlanjutan ekonomi pada tingkat komunitas desa. Dengan penerapan ekonomi Islam yang berfokus pada keadilan, keterbukaan, dan aspek kolektif, produk kemiri tidak hanya memberikan hasil yang menguntungkan dalam jangka pendek, tetapi juga menjanjikan keberlanjutan jangka panjang. Dengan menjaga etika bisnis yang baik, para pelaku usaha dapat memastikan bahwa bisnis mereka tidak hanya menguntungkan, tetapi juga dapat bertahan di masa depan. Selain itu, konsep keberlanjutan dalam ekonomi Islam menekankan pentingnya mempertimbangkan dampak sosial dan ekologis dari aktivitas yang dijalankan, sebagaimana diterapkan oleh pemerintah setempat di desa, termasuk pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode pemasaran yang efektif serta prinsip ekonomi Islam dalam bisnis produk lilin dapat secara signifikan mendorong pertumbuhan ekonomi di komunitas Bumipajo. Dengan mematuhi prinsip syariah dalam setiap aktivitas perdagangan dan pemasaran, perusahaan tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga berhasil membangun sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Keberhasilan ini memberikan wawasan berharga bahwa nilai-nilai ekonomi Islam dapat diterapkan di beragam sektor ekonomi, termasuk pemasaran produk lokal, yang pada akhirnya dapat memperkuat hubungan sosial serta ekonomi masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil "analisis strategi pemasaran untuk produk kemiri guna meningkatkan perekonomian masyarakat dalam konteks ekonomi syariah (studi kasus di desa Bumipajo)," produk kemiri yang sebelumnya hanya dikenal di tingkat lokal kini telah diperluas ke ranah penjualan yang lebih luas. Hal ini berkat penerapan strategi pemasaran yang efektif, termasuk pemasaran langsung, kerja sama

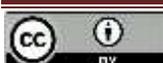


dengan distributor, serta pemanfaatan platform media sosial. Dengan pendekatan pemasaran yang lebih canggih, para pengusaha telah sukses membawa produk kemiri ke pasar yang lebih besar, mencakup wilayah lain bahkan hingga pasar internasional. Lebih jauh, penerapan ekonomi Islam memberikan berbagai keuntungan tambahan, melampaui sekadar aspek finansial dalam pemasaran. Stakeholder ekonomi menekankan pentingnya keadilan, transparansi, dan keberlanjutan dalam setiap transaksi yang tidak hanya menguntungkan para penjual tetapi juga memberikan dampak positif yang luas bagi masyarakat. Dalam kerangka ekonomi Islam, setiap transaksi diharuskan mengikuti prinsip moral yang kuat tanpa praktik penipuan, manipulasi, atau eksploitasi, yang tercermin dalam interaksi antara penjual dan konsumen di desa Bumipajo. Pengaruh sosial ekonomi dari penerapan strategi pemasaran ini menunjukkan tanda-tanda yang sangat positif. Masyarakat desa merasakan peningkatan pendapatan yang signifikan, berkontribusi pada perbaikan kualitas hidup serta membuka peluang kerja baru. Proses pemasaran yang adil dan berdasarkan prinsip Syariah memperkuat komponen sosial masyarakat, membangun kepercayaan, dan menciptakan iklim bisnis yang sehat. Semua ini berujung pada keberlanjutan ekonomi yang memungkinkan para pebisnis untuk berkembang tanpa merusak aspek sosial dan ekonomi. Aspek keberlanjutan tersebut tidak hanya berfokus pada finansial, tetapi juga mempertimbangkan prinsip lingkungan yang sesuai dengan ekonomi Islam. Oleh karena itu, penerapan prinsip - prinsip Syariah dapat menjadi model acuan bagi daerah lain dalam upaya menjual produk yang berkelanjutan dan adil.

Dengan demikian, keberhasilan strategi pemasaran produk kemiri, ditunjang dengan nilai - nilai syariah, memperlihatkan pengembangan potensi ekonomi yang berarti dan berorientasi pada regulasi dalam Islam. Strategi bisnis modern yang berlandaskan etika Islam mampu menciptakan sinergi yang tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memastikan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, model pemasaran produk kemiri di Desa Bumi Pajo dapat berfungsi sebagai contoh atau referensi bagi daerah lain yang ingin mengembangkan perekonomian berbasis potensi lokal serta nilai-nilai keadilan dan keberlanjutan dalam kerangka Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah. (2023). Definisi dan Aspek Pemberdayaan Komunitas. Dalam *Pemberdayaan Komunitas*.
- Ahmad, A., & Muslimah, M. (2021, Desember). Memahami teknik pengolahan serta analisis data kualitatif. Dalam *Prosiding Konferensi Internasional dan Nasional Studi Islam Palangka Raya (PINCIS)* (Vol. 1, No. 1).
- Andi Harpeni Dewantara, "Kreativitas Pengajar dalam Memanfaatkan Media Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Gaya Belajar Siswa," *Jurnal Pendidikan Dasar*, 1.1 (2020), 15–28.
- Cosmas Gatot Haryono, *Beragam Metode Penelitian Kualitatif dalam Komunikasi* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2020).
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan Data untuk Penelitian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5423-5443.
- Fatmawati, E. (2020). Monograf sebagai salah satu sarana publikasi buku hasil penelitian. *IQRA: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 14(1), 130-155.
- Hamzah, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah di Desa Cibingbin Menuju Desa Wirausaha Berbasis Sumber Daya Alam. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 9(2), 36. <https://doi.org/10.62870/dinamika.v9i2.17860>.
- Husnullail, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). Metode Verifikasi Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(0), 1–23.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalago, E. F. (2021). Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan di UD. Mitra Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 6 (2), 16-25.
- Galeh, L., Fatristya, I., & Sarjan, M. (2024). Peningkatan Kearifan Lokal dalam Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan di NTB: Tinjauan Literatur. 8(3), 436–445.
- Judijanto, Loso, Guntur Arie Wibowo, Karimuddin, Harun Samsuddin, Askar Patahuddin, Annisa Fitri Anggraeni, Raharjo Raharjo, dan Frida Marta Argareta Simorangkir. 2024. *Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.



- Mulyana, A., Vidiati, C., Danarahmanto, P. A., Agussalim, A., Apriani, W., Fiansi, F., ... & Martono, S. M. (2024). Metode Penelitian Kualitatif. Penerbit Widina.
- Nabila Veren Estefany, Masruchin, & Fitri Nur Latifah. (2022). Implementasi Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 181–195. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vo15\(1\).9358](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vo15(1).9358).
- Nartin, S. E., Faturrahman, S. E., Ak, M., Deni, H. A., MM, C., Santoso, Y. H., ... & Eliyah, S. K. (2024). Metode penelitian kualitatif. *Cendikia Mulia Mandiri*
- No, V., Hal, J., & Rahayu, S. (2023). 705-Article Text-2094-1-10-20230110. 2(1), 109–113.
- Pakaya, Widi Candika, Eddy Sutadji, Lia Nur Atiqoh Bela Dina, Fatikh Inayahtur Rahma, Aynin Mashfufah, dan Imelda Ratih Ayu. 2023. *Metode Penelitian Pendidikan*. Nawa Litera Publishing.
- Penghubung, P. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Produk Lokal di Pasar Global. 1(1), 28–35.
- Pokhrel, S. (2024). Tanpa Judul. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Purnama, C., Rahmah, Z. Z., Fatmah, D., Rahmah, M., Hasani, S., Rahmah, Y., & Mutfarida, B. (2024). Investigasi Peran Temporal Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Bank Syariah Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 390-400
- Ridhwan, M. B., Luthfiah, L., & Irwan, I. (2025). Penerapan Sholat Dhuha dalam Pembentukan Karakter Siswa di Ma Darul Hikmah Kota Bima. *Jurnal Penelitian Tindakan Indonesia (ARJI)*, 7(1), 398-410.
- Riani, I. N., & Iryani, N. (2023). Analisis Pengaruh Pengeluaran Pemerintah, Ekspor, Dan Pembentukan Modal Tetap Bruto Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Sumatera Barat. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 195-205
- Rukhmana, T., Darwis, D., IP, S., Alatas, A. R., SE, M., Tarigan, W. J., ... & S ST, M. M. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Rey Media Grafika
- Sulistiyawati, S. Sulistiyawati, S. Si., MPH., Ph.D. *Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif*. *Jurnal Equilibrium*. Vol. 5. Unisma Press, 2023. <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>. Si., MPH., Ph.D. 2023. 5 *Jurnal Equilibrium Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif*. Unisma Press. <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>.
- Teguh, M. T. S., Wulan, T. N., & Juansah, D. E. (2023). Metode Pengumpulan Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8(3), 5962-5974.
- Waruwu, Marinu. 2024. “Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan.” *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan* 5(2): 198–211. doi:10.59698/afeksi.v5i2.236.
- Wirayanti, L. P. L. K. (2024). Digital Marketing: Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kasyaraa. *CO. Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 282-288