

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran

Strategi mempunyai bahasa yang berasal dari Yunani, yaitu *stratagos* yang mempunyai arti jenderal. Strategi juga berarti seni suatu para jenderal. Apabila diartikan dari dalam sudut militer, strategi yaitu cara menempatkan pasukan atau menyusun kekuatan tentara di medan perang buat mengalahkan suatu musuh.¹ Sedangkan pada Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.² Istilah strategi (*strategy*) oleh sang manajer, mampu diartikan menjadi planning skala besar yang berorientasi dalam jangka panjang buat berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif buat mencapai suatu tujuan perusahaan. Suatu strategi dapat mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai bagaimana, kapan, dimana perusahaan tadi berkompetisi akan melawan siapa dalam kompetisi tadi dan buat apa suatu tujuan perusahaan tersebut berkompetisi.³

Pada mulanya, konsep strategi diartikan menjadi langkah dalam mencapai suatu tujuan. Selain itu, strategi juga mampu dianggap menjadi pola keputusan pihak perusahaan dalam

¹ Nana Hardiana Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Cv Pustaka Setia. Hlm 197.

² Departemen Pendidikan Nasional *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008), hlm. 1340

³ Jhon A. Pearce II, Richard B. Robinson, Jr., *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014) hlm 4

memilih suatu sasaran dan tujuan buat memproduksi kebijakan serta membentuk planning buat mencapai suatu tujuan dan banyak sekali rincian cakupan usaha yang ingin diraih oleh suatu perusahaan.

Menurut Hamdun Hanafi dalam sumber jurnal Suindrawati bahwa strategi ialah penetapan tujuan jangka panjang yang pada dasarnya dari suatu organisasi serta pemilihan cara lain suatu tindakan dan alokasi asal daya yang dibutuhkan agar mampu mencapai suatu tujuan tersebut.⁴

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah taktik untuk mencapai suatu tujuan didalam suatu perusahaan tersebut.

Pemasaran ialah proses mengelola kontak dengan pelanggan baru yang mampu menjanjikan keuntungan dan menjaga serta menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan.⁵ Menurut Kotler dan Amstrong mengatakan bahwa pemasaran didefinisikan menjadi suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses yang dapat membuat dan dikomunikasikan serta mengungkapkan kepada para konsumen dan mampu mengelola keserasian konsumen dalam memperoleh benefit bagi organisasi (*stakeholders*).⁶

⁴ Hamdun Hanafi dan Suindrawati, "*Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada studi kasus took jessy busana muslim bapangan mendenrejo*" blora.<https://eprints.walisongo.ac.id/>

⁵ Philip Kotler dan Gray Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid I* (Cirajas, Jakarta:Penerbit Erlangga, 2006). h. 5-6.

⁶ Nana Hardiana Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran* . Bandung:Cv Pustaka setia. Hlm 2.

Penafsiran yang sempit mengenai pemasaran ini dapat dilihat dari definisi American Marketing Association 1960, yang menyatakan bahwa pemasaran adalah output prestasi kerja aktivitas usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen hingga ke konsumen.⁷

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan sebuah proses dimana perusahaan yang membuat nilai bagi pelanggan dan menciptakan kontak yang bertenaga dengan pelanggan, dengan tujuan adanya nilai dari pelanggan menjadi feedback yaitu meningkatnya penjualan dalam suatu perusahaan tersebut. Perusahaan yang sukses wajib memikirkan strategi-strategi pemasaran yang lebih baik dari pesaingnya untuk memuaskan pesaingnya. Jadi strategi pemasaran wajib diadaptasi dengan kebutuhan konsumen dan memperhitungkan juga strategi pesaing.

Strategi pemasaran merupakan alat mendasar yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang mampu dipakai untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi menunjukkan arah dalam kaitannya dengan variabel misalnya segmentasi pasar, identifikasi pemasaran,

⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada, 2007). h. 3.

positioning dalam elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran.⁸

Menurut Kotler strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan dipakai untuk mencapai suatu tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi khusus untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan keseluruhan program perusahaan untuk menentukan sasaran pasar dan memuaskan konsumen dengan membentuk kombinasi elemen dari bauran pemasaran: produk, distribusi, promosi, dan harga.⁹

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah suatu proses untuk mencapai tujuan tertentu didalam perusahaan yang bersaing secara kesinambungan pada pasar sasaran.

B. Pemasaran Dalam Ekonomi Islam

Ekonomi islam merupakan suatu cabang ilmu yang mempelajari metode untuk memahami dan memecahkan masalah ekonomi yang didasarkan atas ajaran agama islam. Ekonomi islam mempelajari perilaku individu yang dituntun oleh ajaran Islam, mulai dari penentuan tujuan hidup, cara memandang dan menganalisis masalah ekonomi. Dengan kata lain, ekonomi islam berbeda dengan ekonomi konvensional tidak hanya dalam aspek

⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta, 2014, hal 6.

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prihallindo, Jakarta, 1997, hal 15.

cara penyelesaian masalah, namun juga dalam aspek cara memandang dan analisis terhadap masalah ekonomi. Ekonomi islam melingkupi tentang perilaku ekonomi manusia yang sadar dan berusaha untuk mencapai masalah atau falah.¹⁰ Pada berbisnis pemasaran merupakan suatu strategi usaha yang mengarahkan dalam proses membuat dan menawarkan produk pada pelanggan. Menurut agama islam, pemasaran harus wajib memakai nilai-nilai yang terkandung dalam islamiah dan bersemangat dalam menjalankan ibadah kepada Allah SWT.¹¹

Kajian tentang pemasaran pun juga bagian dari pembahasan ekonomi islam. Herman Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula mendefinisikan pemasaran menurut perspektif ekonomi islam atau dapat disebut pemasaran syariah (*syariah marketing*) sebagai sebuah disiplin bisnisstrategis yang mengarahkan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholders-nya* yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip mu'amalah (bisnis) dalam islam.¹² Pemasaran dalam ekonomi islam adalah usaha strategis yang mengarah dalam upaya menciptakan, memperlihatkan dan mengubah nilai dari satu inisiator kepada *stakeholder-nya*, dimana seluruh prosesnya dari

¹⁰ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia, (2008). *Ekonomi Islam*. (Jakarta : PT Mizan Pustaka). hlm 19

¹¹ Nurul Mubarak Dan Eriza Yolanda Maldina, "*Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*", I-Economic, No.1 Vol.3, (2017)

¹² Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, (2006), *Syari'ah Marketing*, Cetakan Ke 4, (Jakarta : PT Mizan Pustaka). hlm 26

prinsip-prinsip muamalah, syariah, dan akad dalam Islam.¹³ Dalam pemasaran syariah semua proses dari penawaran hingga perubahan nilai tidak diperbolehkan adanya hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang bersifat islami. Selama tak bertentangan prinsip muamalah yang bersifat islami maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dibolehkan.¹⁴

Banyak orang berpendapat bahwa pasar syariah adalah pasar emosional (emotional market), sedangkan pasar konvensional adalah pasar yang rasional (rational market). Pemahaman ketertarikan orang untuk berbisnis pada pasar syariah karena alasan-alasan keagamaan (dalam hal ini agama islam) yang lebih bersifat emosional, bukan karena ingin mendapatkan keuntungan finansial yang bersifat rasional. Sebaliknya, pada pasar konvensional atau non syariah orang ingin mendapatkan keuntungan finansial yang sebesar-besarnya, tanpa terlalu peduli apakah bisnis yang digelutinya tersebut mungkin menyimpang atau bertentangan dengan ajaran agama Islam.¹⁵

Hal inilah yang dapat membedakan antara pemasaran bisnis konvensional dengan pemasaran bisnis yang menerapkan prinsip syariah yang memberikan kepuasan kepada konsumen dan

¹³ Maisarah Leli, “Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam”, Jurnal At-Tasyri’iy, No.1 Vol.2 (2019)

¹⁴ Hermawan Kartajaya, “Syariah Marketing”, (Bandung : Mizan, 2006), Cet. Ke-1 hlm.62

¹⁵ Herman Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, (2006), Syari’ah Marketing, Cetakan Ke 3. (Jakarta: PT Mizan Pustaka). hlm 01

stakeholders tidak saja pada tataran kepuasan duniawi, akan tetapi juga mengarah pada kepuasan ukhrawi, karena terdapat ridha Allah SWT yang dituju. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa tujuan pemasaran bisnis seperti dengan penerapan prinsip-prinsip etika atau berlandaskan kepada entitas nilai-nilai Islam sebagai penciptaan kepuasan duniawi dan ukhrawi bagi para stakeholders perusahaan.¹⁶

Dari beberapa pendapat para ahli maka dapat disimpulkan yaitu, pemasaran dalam ekonomi islam merupakan sebuah strategi usaha yang didalamnya terkandung bagaimana adanya proses, menciptakan, menawarkan, dan juga mengungkapkan suatu nilai barang atau jasa untuk calon pembeli yang sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip syariat Islam.

C. Tanaman Bligo

Bligo (*Benincasa Hipsida*) merupakan tumbuhan yang merambat yang ditanam karena buahnya dapat dimakan dan sering digunakan sebagai sayuran serta dapat diolah menjadi berbagai aneka macam bentuk masakan. Bligo atau kundur adalah salah satu buah yang relatif populer di Indonesia. Buah yang masih satu kerabat dengan jenis labu-labuan ini. Buah ini mempunyai ciri-ciri special yang lembut dan empuk dengan warna putih dan aneka macam ukurannya serta jenisnya. Buah ini terasa halus dan berbulu permukaannya saat masih mentah, ketika

¹⁶ Ahmad Miftah, (2015), “*Mengenal Marketing dan Marketers Syariah*”, *Islamicconomic Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.6, P-ISSN: 2085-36; E-ISSN: 2541-4127

waktu nya telah matang buah ini kehilangan bulunya dan melunak serta mampu bertahan lama. Buah ini berbentuk bulat dan ada yang memanjang serta mampu mencapai ukurannya sekitar 2 meter, meskipun umunya dapat dijual ketika berukuran setengah panjang hingga 1 meter. Jenis tumbuhan yang termasuk ke dalam family *Cucurbitaceae* dan berpotensi menjadi tanaman pangan fungsional, tanaman yang berasal dari Sri Lanka. Kemudian dibudidayakan dan tersebar di Negara Asia Tenggara, Jepang, dan pulau Jawa. Akan tetapi saat ini juga ditanam di Asia Timur dan Selatan.

Bahkan produksi buah bligo terbanyak yakni terdapat pada pulau Jawa dan Jepang. Hingga kini telah banyak tersebar luas diseluruh wilayah tropis yang dimanfaatkan buahnya, dan mampu tumbuh didaerah dataran rendah. Buah bligo merupakan tanaman yang menjalar, berbatang kayu, lunak, serta memiliki warna putih dengan tekstur dagingnya bersifat *succulent* (menyimpan air) dan berkulit hijau berambut yang ditutupi oleh bulu tipis.¹⁷ Sementara buah bligo yang telah matang (berukuran lebih besar), setelah mulai menua rambut-rambut tebal pada kulitnya akan menghilang yang kemudian muncul lapisan lilin pada kulitnya yang mampu dihilangkan dengan mudah. Bentuk buah bligo ini dapat berkisar antara bujur, silindris, maupun bulat.

¹⁷ Nurul Aini dan Iyan Sofyan, "Karakteristik Minuman Sari Buah Bligo (*Benincasa Hirsida*) Dengan Penambahan Sukrosa Pada Suhu Pasteurisasi Yang Berbeda", Bandung Jawa Barat: Universitas Unpas, 2017, hlm 01

Bligo merupakan tanaman yang menjalar, berbatang kayu, lunak, serta memiliki warna putih dengan tekstur dagingnya bersifat *succulent* (menyimpan air) dan berkulit hijau berambut yang ditutupi oleh bulu tipis.¹⁸

Namun didalam bahasa maupun daerah buah bligo memiliki berbagai nama lain yaitu dalam bahasa inggris, buah kundur disebut sebagai *wax gourd*. Ada juga yang menyebutnya sebagai *winter gourd, white gourd, ash gourd, tallow gourd, ash pumpkin, winter melon, ataupun chinese melon*. Penamaan "*winter melon*" berasal dari nama tanaman bligo dalam bahasa China, yaitu donggua. Arti "gua" yang dimaksud adalah labu. Akan tetapi dalam terjemahan bahasa Inggris disebut melon, karena ada yang memanfaatkan buah bligo tersebut untuk dibuat manisan atau the yang menghasilkan rasa seperti melon. Sedangkan sebutan lain dalam bahasa Inggris seperti *ash gourd* atau *ash pumpkin*, berkaitan dengan warna kulitnya keabu-abuan seperti kabut atau abu ketika matang. Di Indonesia selain disebut bligo, kundur, ataupun baligo. Tumbuhan ini juga memiliki banyak nama tergantung dari bahasa daerah masing-masing. Contohnya di Jawa ada yang menyebutnya dengan nama beloceng, di Sunda disebut leyor, di Madura disebut kundur, di Minangkabau disebut kundue, di Aceh disebut kundo, di Nias disebut undru, di Papua disebut laha, di Sumatera Barat disebut

¹⁸ Nurul Aini dan Iyan Sofyan, "Karakteristik Minuman Sari Buah Bligo (*Benincasa Hipsida*) Dengan Penambahan Sukrosa Pada Suhu Pasteurisasi Yang Berbeda", Bandung Jawa Barat: Universitas Unpas, 2017, hlm 01

kundur batang, di Maluku disebut kondur, dan di Kalimantan disebut gundur.

Buah bligo ini memiliki sifat antioksidan , 93% air, 0, 3%-0, 5% protein dari pulp, karbohidrat, serat, dan beberapa jenis vitamin selain dijadikan sayuran. Senyawa aktif yang terkandung pada buah bligo yaitu alkaloid, glikosida, vitamin C, mineral, beta sitosterin dan flavonoid.¹⁹ Buah bligo ini bersifat anti diabetes, efek anti kanker dan hipoglikemik. Selain itu juga dapat menghilangkan radikal bebas yang dihasilkan dari dalam tubuh selama metabolisme, termasuk anion superoksida, radikal hidroksil, dan spesies oksigen reaktif lainnya.²⁰ Bligo adalah buah yang banyak mengandung vitamin B dan vitamin C, kegunaan bligo ini sebagai sumber vitamin A yang juga bermanfaat untuk membantu menjaga kesehatan didalam fungsi organ tubuh, dan juga mengandung vitamin C yang bermanfaat untuk memperbaiki jaringan sel kulit dan mengurangi resiko serangan jantung.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan (Purnamasari R & Tiku E.) kandungan vitamin yang terdapat di dalam buah bligo terdiri dari vitamin C (68 mg/100 g), Vitamin B1 (0,02-0,04 mg/100 g), serta vitamin B2 (0,31 mg/100 g). Mineral yang terdapat di dalam buah bligo adalah kalium (K)

¹⁹ Retno Dewi Noviyanti dan Dewi Pertiwi Dyah Kusudaryati, "*Buah Bligo (Benincasa Hipsida) dan Daun Kersen (Muntingia Calabura) Sebagai Anti Diabetik*", (Surakarta: NEM, 2023), hlm. 40

²⁰ Kamsina, Firdausni, Yulia Helmi, Yurnita. *Pengaruh Ukuran Saringan dan Konsentrasi Gula Terhadap Sifat Kimia Konsentrat Sari Buah Kundur (Benincasa Hipsida)*. Jurnal Litbang Industri, 2021, h. 146

sebanyak 77-131 mg/100 g, kalsium (Ca) sebanyak 5-23 mg/100 g, dan besi (Fe) sebesar 0,5 mg.²¹

Buah bligo ini mempunyai daun yang lebar berwarna hijau dan mampu mencapai ketinggian hingga 15 sampai 20 cm. bunga bligo ini berwarna kuning dan mampu menarik serangga untuk aktivitas pembungaan seperti lebah, lalat, dan sebagainya. Buah bligo mampu membesar dan mencapai berat sekitar 10-15 kg perbijinya. Terdapat satu lapisan putih atau lilin dibagian luar kulit buah bligo untuk dapat menunjukkan bahwa buah tersebut telah matang dan bisa dapat dipetik. Pohon bligo ini dipercaya oleh masyarakat Melayu memiliki khasiat yang baik untuk kesehatan pada semua bagiannya. Dari biji, buah, hingga daun buah bligo dapat dijadikan obat untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit. Pada minyak biji buah bligo digunakan untuk perawatan masalah pada kulit. Pada air buah bligo juga dapat digunakan sebagai pencuci mata yang merah dan bengkak serta sebagai pendingin badan/tubuh. Pada daun buah bligo dapat digunakan untuk mengurangi panas dengan cara meletakkan di dahi orang yang demam panas dan dikompres.

Tanaman bligo ini hampir semua bagian dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan. Buah dan biji dapat di manfaatkan untuk berbagai macam olahan seperti manisan bligo, minuman, ramuan obat-obatan, makanan pokok, isian kue bulan,permen,

²¹ Purnamasari R, Tikku E. *Uji Efektivitas Antipretik Sari Buah Kundur (Benincasa hirsida) pada Mencit Jantan*. Jurnal Kesehatan Luwu Raya. 2022; 8(2): 60-69.

soup dan kari. Serta buah bligo ini juga banyak dijual yang dikemas dalam bentuk permen dan juga halua. Buah bligo ini terbagi kedalam dua jenis yaitu: bligo cina dan bligo jawa. Perbedaan diantara keduanya adalah dilihat berdasarkan keadaan kulit luar pada buahnya, pada buah bligo cina mempunyai kulit luar yang licin dan tidak berbulu sedangkan pada buah bligo jawa mempunyai kulit yang berbulu. Tanaman bligo juga bisa dimanfaatkan dan digunakan sebagai obat tradisional seperti meringankan kelainan saraf, saluran cerna, saluran pernapasan, penyakit jantung, melindungi tubuh dari kerusakan sel, saluran kencing dan diabetes melitus.²²

Oleh karena itu banyak masyarakat yang sangat minim dan belum mengetahui bahwa buah bligo tidak hanya dapat diolah menjadi sayuran untuk masak saja, akan tetapi buah bligo tersebut dapat diolah dan diproduksi menjadi sebuah makanan yang enak dan sehat. Terkadang banyak buah bligo yang tumbuh merambat disekitaran pohon kebun maupun pekarangan rumah akan tetapi dibiarkan saja sampai tua hingga membusuk layu dan kering karena masyarakat masih banyak belum mengetahui bagaimana cara pengolahan buah bligo tersebut. Oleh karena itu buah bligo jarang dikonsumsi oleh masyarakat sehingga belum banyak dibudidayakan. Terbatasnya pengolahan buah bligo disebabkan karena rasa buah nya yang sedikit langu.

²² Nanda Firnia, : “*Proses Produksi Manisan Basah Pare (SANRE)*” (<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/2647/NTY2ODA=/Proses-produksi-manisan-basah-pare-sanre>. Tgl 17 Juli 2023 Jam 20:22), hlm. 8-9

Pemanfaatan buah bligo ini merupakan hal utama yang mendasari yaitu dalam pengolahan buah bligo menjadi makanan ringan atau cemilan. Oleh karena itu, Pie Bligo ini memiliki peluang usaha yang bagus dalam menciptakan produk olahan dari buah bligo ini. Hal ini tentu saja akan meningkatkan nilai tambah dari buah bligo yang biasanya buah bligo tersebut hanya dibuang atau dibiarkan saja sampai tua hingga menjadi busuk atau dijadikan bibit ternyata bisa diolah menjadi pie bligo. Oleh karena itu perlunya pengolahan buah bligo menjadi pie bligo, selain mengurangi jumlah sampah dan juga bisa meningkatkan nilai tambah yang pada akhirnya juga dapat memberikan tambahan suatu pendapatan bagi mahasiswa.

Untuk menambah ketertarikan dari buah bligo ini diciptakan inovasi baru supaya masyarakat dapat tertarik untuk mengkonsumsinya yaitu dengan cara membuat varian olahan baru dari buah bligo ini menjadi Pie Bligo. Dibuatnya inovasi baru ini supaya masyarakat dapat memanfaatkan serta mengolah buah bligo ini menjadi suatu olahan yang memiliki daya peluang tinggi, karena banyak masyarakat yang masih sangat minim belum paham mengenai pengolahan buah bligo ini hanya saja cukup diolah menjadi sayuran dan terkadang buah bligo ini hanya dibiarkan sampai buah tersebut menjadi tua hingga membusuk.

Adapun manfaat tanaman bligo yaitu:

a. Dapat mengontrol kadar kolestrol

Pada buah kundur ini diperkaya dengan serat tapi rendah kalori. Serat yang berlimpah didalam nya berguna untuk membantu penyerapan lemak berlebih dan mengikatnya sehingga mudah dikeluarkan dari tubuh.

b. Menurunkan kadar gula darah tinggi/diabetes

Serat didalam buah bligo tersebut juga dapat membantu penyerapan karbohidrat. Zat fitokimia didalam buah ini dapat berperan dalam mengontrol kadar insulin, sehingga kadar gula darah tidak melonjak.

c. Dapat mencegah risiko kanker

Pada buah bligo ini dilengkapi dengan vitamin C dan senyawa molybdenum yang bersifat antioksidan, sehingga dapat melawan radikal bebas dan zat karsinogen penyebab kanker.

d. Mengobati radang lambung dan usus

Didalam buah bligo ini memiliki sifat anti ulcerogenik yang mampu menenangkan peradangan usus akibat panas dalam dan dapat mencegah radang lambung yang dipicu oleh stress.