

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING TELAGA RIZQY  
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM  
(Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro)**

**Oleh:**

**YUSTINA WIGATI  
NPM: 1602040169**



**Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1442 H/2021 M**



**STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING TELAGA RIZQY  
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM  
(Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro)**

Skripsi ini Di Ajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

**OLEH:**

**YUSTINA WIGATI**

**NPM:1602040169**

Pembimbing I : Suci Hayati, S.Ag. M.S.I

Pembimbing II : Nurul Mahmudah, MH

**Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1442 H/2021**

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1(Satu) Berkas  
Perihal : Pengajuan Skripsi Untuk Di Munaqosyahkan

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di \_\_\_\_\_  
Tempat

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Setelah Kami Mengadakan Pemeriksaan Bimbingan Dan Perbaikan  
Seperlunya Maka Skripsi Saudari:

Nama : Yustina Wigati  
NPM : 1602040169  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING TELAGARIZQY  
DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Di Kelurahan  
Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro)

Sudah dapat kami setuju dan kami ajukan ke Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Metro untuk di munaqosyahkan  
Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya kami ucapkan  
terimakasih

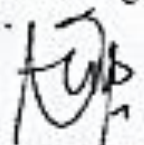
*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Metro, 28 Juni 2021

Pembimbing I

  
Suci Hayati, S.Ag. M.S.I  
Nip.197703092003122003

Pembimbing II

  
Nurul Mahmudah, MH  
Nip.199302152018012003

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul skripsi :STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING TELAGA RIZQY DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro)

Nama :Yustina Wigati

NPM :1602040169

Fakultas :Ekonomi Dan Bisnis Islam

Jurusan :Ekonomi Syariah

### MENYETUJUI

Untuk di munaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri(LAIN) Metro

Metro, 28 Juni 2021

Pembimbing I



Suci Hayati, S.Ag. M.S.I  
Nip.197703092003122003

Pembimbing II



Nurul Mahmudah, MH  
Nip.199302152018012003



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln.KH.Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725)41507 fax.(0725)47296 website:www.metro.univ.ac.id.e-mail iain@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. B-1993/11-28.3/D/PP.00.9/07/2021

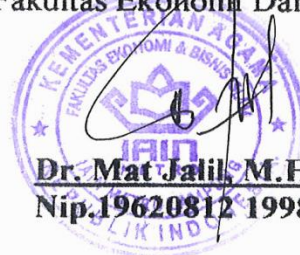
Skripsi dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING TELAGA RIZQY DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro) disusun oleh: Yustina Wigati, NPM 1602040169 Jurusan Ekonomi Syariah telah di ujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jumat, 2 juli 2021

**TIM PENGUJI :**

|            |                               |         |
|------------|-------------------------------|---------|
| Ketua      | : Suci Hayati, S.Ag. M.S.I    | (.....) |
| Penguji 1  | : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I | (.....) |
| Penguji 2  | : Nurul Mahmudah, M.H         | (.....) |
| Sekretaris | : Dian Oktarina, M.M          | (.....) |



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



**Dr. Mat Jalil, M.Hum**

Nip.19620812 199803 1 001 f

**STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING TELAGA RIZQY  
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM  
(Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro)**

**ABSTRAK**

**OLEH  
YUSTINA WIGATI  
NPM 1602040169**

Skripsi ini di latar belakangnya atas dasar berkenaan tentang pentingnya suatu pemasaran dalam dunia bisnis atau usaha. baik itu dalam bidang produk maupun jasa. Adapun dalam penelitian ini berfokus pada pemasaran bisnis jual-beli produk susu kambing serta kaitannya dengan etika bisnis islam.

Adapun tujuan penelitian ini Untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha susu kambing Telaga Rizqy di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro. Serta Untuk mengetahui apakah Pemasaran yang dilakukan telah sesuai dengan Tinjauan Etika dalam Bisnis Islam.

Skripsi ini merupakan jenis penelitian lapangan, data di himpun melalui tehnik wawancara, observasi serta dokumentasi. Selanjutnya penelitian ini di lakukan analisis data secara kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif analisis kualitatif yaitu suatu metode yang menjelaskan terkait dengan pembahasan hasil dari lapangan yang kemudian di analisis dengan kalimat yang tersusun membentuk sebuah informasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran susu telaga rizqy telah menggunakan empat bauran pemasaran seperti halnya *product, price, place, dan promotion* dimana promosi penjualan dilakukan dengan cara online dan offline, untuk online melalui instagram dan facebook sementara offline dilakuakn dilokasi usaha serta melalui berbagai reseller, akan tetapi dalam usaha ini terdapat kendala dalam segi ketahanan produk.

Mengenai tentang etika pemasaran yang dilakukan peneliti menganalisis bahwa tidak ada strategi pemasaran yang keluar dari tatanan etika bisnis islam semua telah berjalan sesuai aturan berbisnis dimana dari setiap transaksi telah di laksanakan secara jujur dan transparan kepada konsumen serta bertanggung jawab, tidak melakukan penipuan dalam bertransaksi dan adanya unsur saling suka antara pembeli dan penjual.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Produk, Etika Bisnis Islam.

## ORISINALITAS PENELITIAN

**Yang bertanda tangan di bawah ini :**

**Nama :Yustina Wigati**

**NPM :1602040169**

**Fakultas:Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Jurusan :Ekonomi Syariah**

**Menyatakan bahwa tugas skripsi ini secara keseluruhan adalah asli dari penelitian saya, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.**



## HALAMAN MOTTO

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ  
شَنَاةُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَا تَعْدِلُوا ءَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ  
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

*Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada taqwa. Dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini adalah bagian dari ibadahku kepada ALLAH SWT seperti yang di jelaskan dalam hadist (HR.Muslim no 2699)“Barang siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu maka allah akan memudahkan baginya jalan menuju syurga” karena kepadanya kami menyembah dan memohon pertolongan.

Sekaligus sebagai persembahan dan ungkapan terimakasihku Kepada :

1. Bapak Ibu kandungku (Bapak Yulianto Dan Ibu Yahmini) yang selalu memberikan nasehat,dukungan serta telah memberikan tuntunan dan bimbingan dasar untuk karakter pribadiku agar lebih baik.
2. kepada kedua ibu dosen pembimbingku yang bersedia mengarahkanku pada saat proses bimbingan.
3. kepada seluruh saudaraku kakak kandungku kakak iparku,keponakanku,teman-temanku dan semua yang dekat denganku yang selalu menyertaiku yang turut membantu dalam perjalanan pendidikan.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji mengucapkan shukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat taufik serta hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas karya SKRIPSI ini berjalan dengan baik. Serta mampu menyelesaikan penulisan sampai pada akhir. Penulisan karya SKRIPSI ini bertujuan untuk memenuhi segala kebutuhan dan persyaratan di akhir pendidikan perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Penelitian skripsi sebagai mana untuk persyaratan menyelesaikan program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE). Dalam upaya menyelesaikan penulisan SKRIPSI peneliti sekaligus penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag.PIA, Selaku Rector IAIN Metro Lampung.
2. Bapak Dr.Mat Jalil, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (IAIN) Metro Lampung.
3. Bapak Dharma Setyawan, MA. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Lampung.

4. Ibu Suci Hayati, S.Ag. M.S.I Selaku Pembimbing I (Satu) Yang Telah Memberi Bimbingan, Masukan, Dan Arahan Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Nurul Mahmudah, M.H. Selaku Pembimbing II (dua) yang telah memberikan bimbingan, masukan dan arahan untuk skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
6. Seluruh dosen serta para jajarannya civitas akademika Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro yang telah membantu dari segala keperluan dalam penulisan skripsi ini.

Kritik dan saran demi perbaikan penulisan karya skripsi ini sangat diharapkan dan dapat diterima dengan baik bagi peneliti dan pada akhirnya semoga skripsi skripsi ini dapat bermanfaat.

**Metro, 28 Juni 2021**

**Yustina Wigati**  
**NPM:1602040169**

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....            | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....             | <b>ii</b>   |
| <b>NOTA DINAS</b> .....                | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....       | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....        | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK</b> .....                   | <b>vi</b>   |
| <b>ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....   | <b>vii</b>  |
| <b>HALAMAN MOTTO</b> .....             | <b>viii</b> |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....       | <b>ix</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....            | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....              | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....             | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....         | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang Masalah .....        | 1           |
| B. Rumusan masalah .....               | 5           |
| C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian ..... | 5           |
| D. Penelitian Relevan .....            | 6           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....     | <b>10</b>   |
| A. Strategi Pemasaran.....             | 10          |
| 1. Pemasaran.....                      | 10          |

|  |           |
|--|-----------|
| a. Konsep Pemasaran.....                   | 11        |
| b. Tujuan Pemasaran .....                  | 12        |
| 2. Strategi Pemasaran .....                | 13        |
| a. Segmentasi Pasar .....                  | 14        |
| b. Target Pasar .....                      | 15        |
| c. Bauran Pemasaran .....                  | 16        |
| 1) Produk ( <i>Product</i> ).....          | 17        |
| 2) Harga ( <i>Price</i> ).....             | 18        |
| 3) Tempat ( <i>Place</i> ).....            | 19        |
| 4) Promosi ( <i>Promotion</i> ).....       | 20        |
| B. Etika Bisnis Islam .....                | 20        |
| 1. Definisi Etika Bisnis.....              | 20        |
| 2. Definisi Etika Bisnis Islam.....        | 21        |
| 3. Prinsip Prinsip Etika Bisnis Islam..... | 23        |
| C. Deskripsi Susu Kambing.....             | 26        |
| 1. Definisi susu.....                      | 26        |
| 2. Definisi Susu Kambing .....             | 27        |
| 3. Manfaat Susu Kambing.....               | 27        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>     | <b>30</b> |
| A. Jenis Dan Sifat Penelitian .....        | 30        |
| 1. Jenis Penelitian.....                   | 30        |
| 2. Sifat Penelitian .....                  | 30        |

|   |           |
|---|-----------|
| B. Sumber Data.....   | 31        |
| 1. Sumber Data Primer .....   | 32        |
| 2. Sumber Data Sekunder.....  | 32        |
| C. Teknik Pengumpulan Data.....   | 33        |
| 1. Wawancara.....   | 34        |
| 2. Observasi.....   | 35        |
| 3. Dokumentasi.....   | 35        |
| D. Teknik Analisis Data.....  | 36        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>  | <b>38</b> |
| A. Deskripsi Usaha .....  | 38        |
| 1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....  | 38        |
| 2. Sejarah Berdirinya Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy.....                                    | 39        |
| 3. Visi Dan Misi Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy .....  | 40        |
| B. Strategi Pemasaran Susu Kambing Telaga Rizqy.....  | 41        |
| C. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran<br>Susu Kambing Telaga Rizqy. .... | 57        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>   | <b>63</b> |
| A. Kesimpulan .....   | 63        |
| B. Saran.....   | 64        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   |           |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>  |           |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>   |           |

## **DAFTAR TABEL**

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.1 Jenis Produk Susu Kambing Telaga Rizqy ..... | 43 |
| Tabel 4.2 Keterangan Harga Produk Susu Bubuk .....     | 48 |
| Tabel 4.3 Keterangan Harga Produk Susu Cair .....      | 48 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1 Bagan Konsep Inti Pemasaran.....       | 11 |
| Peta Lokasi Kelurahan Yosodadi .....              | 38 |
| Gambar 4.2 Produk Susu Kambing Telaga Rizqy ..... | 44 |



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pemasaran merupakan salah satu aspek dalam kegiatan bisnis atau usaha yang penting dan berfungsi sebagaimana untuk menentukan berbagai rancangan bisnis yang akan di jalankan Baik itu usaha dalam bidang produk maupun jasa. Pemasaran mempunyai kedudukan sebagaimana perantara antara produsen dan konsumen dalam melakukan transaksi<sup>1</sup>.

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan Masyarakat akan suatu Produk ataupun jasa. Berkenaan dengan upaya Pemasaran, untuk mewujudkan rencana yang matang di bidang pemasaran sangat membutuhkan suatu strategi di dalamnya.<sup>2</sup> Akan tetapi dalam menjalankan usahanya bagi setiap pembisnis khususnya dalam kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan hendaknya memahami hal-hal yang berhubungan dengan ketentuan syariat seperti halnya tidak boleh lepas dari segala tatanan dan ketentuan yang berlaku dalam etika bisnis islam.

Aturan etika bisnis Islam yang dimaksud adalah bisnis bukan hanya mencari laba ataupun keuntungan saja akan tetapi didalam berbisnis juga harus melihat dari segi keberkahan dan kemaslahatannya. Walaupun tujuan utama dari bisnis itu adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya (*maximum profit*), bukan berarti organisasi yang menjalankan bisnis tersebut

---

<sup>1</sup>Masran Mustaqim “Penerapan Promosi Dan Strategi Pemasaran” *Jurnal Pemasaran Kompetitif Managemen Pemasaran terhadap perkembangan Usaha* .Vol. 1 No. 2 (2018).

<sup>2</sup>Rahmawati.*Managemen Pemasaran*. (Samarinda:Mulawarman University Press,2016), h 3.

dapat menghalalkan segala cara yang mereka tempuh. Bisnis yang dijalankan harus menjunjung tinggi etika. Etika adalah suatu cabang dari filosofi yang berkaitan dengan 'kebaikan (*rightness*)' atau moralitas (kesusilaan) dari perilaku manusia. Banyak orang percaya bahwa tujuan utama bisnis dapat ditemukan di dalam fungsi pemasaran.<sup>3</sup>

Islam telah memberikan segala aturan tentang hal berbisnis khususnya dalam bidang pemasaran untuk (jual-beli) seperti halnya yang telah diungkapkan oleh para Ulama Fikih mengenai rukun serta syarat yang berkenaan dengan pihak penjual dan pembeli. Islam memiliki batasan mengenai tentang barang yang diperjual belikan yakni produk yang diperjual belikan adalah produk yang halal, milik sendiri, tidak melakukan pembohongan, harga tersepakati dan dilakukan atas suka sama suka.<sup>4</sup>

Pada dasarnya untuk saat ini banyak sekali bermunculan usaha-usaha kecil yang kreatif dengan menyediakan berbagai produk-produk hasil kreatifitasnya yang inovatif. Usaha-usaha tersebut pada awal perintisan pastinya juga akan memerlukan suatu pemasaran dalam segi kegiatan usahanya.

Usaha-usaha tersebut salah satunya adalah usaha pengolahan produk susu kambing. Usaha olahan produk susu kambing merupakan salah satu usaha yang masuk dalam kategori UMKM yang dapat di jadikan sebagai pendorong

---

<sup>3</sup>Shobirin."Jual Beli Dalam Pandangan Islam."*Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*" Vol. 3, No. 2, Desember 2015.

Ahmad Hulaimi "Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi",*Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol.2 No.1 (2017).

<sup>4</sup>Shobirin."Jual Beli Dalam Pandangan Islam."*Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*" Vol. 3, No. 2, Desember 2015.

perekonomian bagi setiap keluarga. Usaha susu kambing sangat potensial untuk di kembangkan. Proses-proses manajemen dalam mengembangkan usaha berupa produk olahan susu kambing ini pada dasarnya memerlukan perencanaan secara tepat untuk melahirkan keyakinan yang dapat mewujudkan usaha yang diharapkan.

Produk susu kambing merupakan susu yang dihasilkan dari perahan susu murni dari induk kambing yang cukup bermanfaat bagi Manusia. Keistimewaan susu kambing adalah pada komposisi gizinya mendekati komposisi ASI (air susu ibu) baik dari segi protein, energi, maupun lemak. Molekul lemak susu kambing jauh lebih kecil dan homogen, sehingga lebih mudah dicerna tanpa menimbulkan diare. Jadi, susu kambing bebas lactose intolerance (kepekaan terhadap laktosa penyebab diare bagi yang tidak biasa minum susu). Karenanya, susu kambing cukup potensial bagi perbaikan nutrisi (Sarwono,2005:70).Susu kambing merupakan pangan tambahan (*food supplement*) alami yang berkhasiat untuk memelihara kebugaran, mengurangi gangguan asma, bronkitis, TBC.

Susu kambing banyak direkomendasikan sebagai substitusi susu bagi bayi,anak, maupun orang dewasa yang alergi terhadap susu sapi atau jenis makanan lainnya.Sejalan dengan peningkatan peminat susu kambing membuat bisnis ini sebagai peluang usaha yang sangat menjanjikan.akan tetapi Produk susu kambing ini merupakan produk yang belum terlalu familiar bagi sebagian

kalangan Masyarakat. Sehingga perlu adanya suatu strategi dalam meningkatkannya.<sup>5</sup>

Strategi dalam pemasaran produk susu kambing sangat penting untuk dilakukan. Sesuai dengan paparan tersebut terdapat Usaha pengolahan produk susu Kambing di Daerah Kota Metro yakni pengusaha pengolahan susu Kambing Telaga Rizqy yang berada di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro. Usaha tersebut dikembangkan oleh Bapak Winarko Heri Setiono. Usaha peternakan dan pengolahan produk susu Kambing yang diberi nama Telaga Rizqy ini mampu memproduksi susu hingga kurang lebih 25 liter perhari.

Berdasarkan hasil Survey penelitian di lokasi bahwasannya usaha pengolahan susu kambing Telaga Rizqy ditemukan permasalahan dalam segi usahanya yakni beberapa faktor yang menjadi pemicu utama adalah pada proses produksi, kualitas pakan, kendala dalam ketahanan produk serta yang paling utama adalah dalam bidang Pemasaran.<sup>6</sup>

Oleh karena itu berdasarkan latar belakang tersebut peneliti mempunyai keinginan untuk melakukan penelitian yang berfokus pada Strategi yang telah dilakukan oleh pengusaha pengolahan produk susu kambing telaga rizqy dalam memasarkan produknya. Tentunya peneliti juga ingin menganalisa kesesuaian Strategi pemasaran tersebut dengan Etika Bisnis Islam. Maka dalam hal ini,

---

<sup>5</sup> Lalita Paraduhita Martha, Makmun Sarma, Muhamad Najib, "Strategi Pemasaran Susu Kambing Di Bogor" *Jurnal Sains Terapan*, Edisi 6 Vol .6 (2016).

<sup>6</sup> Wawancara Kepada Bapak Winarko Heri Setiono Selaku Pemilik Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy Di Kelurahan Yosodadi Kec. Metro Timur, Kota Metro. Pada Tanggal 28 Agustus 2020.

peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **Strategi Pemasaran Susu Kambing Telaga Rizqy Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro)**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat di rumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha susu kambing Telaga Rizqy di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro?
2. Apakah Pemasaran yang dilakukan telah sesuai dengan Tinjauan Etika dalam Bisnis Islam?

## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sesuatu yang hendak dicapai dan dapat memberikan arah terhadap kegiatan pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan dengan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dan diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha susu kambing Telaga Rizqy di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro.
- b. Untuk mengetahui apakah Pemasaran yang dilakukan telah sesuai dengan Tinjauan Etika dalam Bisnis Islam?

### 2. Manfaat penelitian

- a. Manfaat secara teoritis: Sebagai bahan acuan untuk menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan serta menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran dalam tinjauan etika bisnis Islam.
- b. Manfaat secara praktis: Diharapkan dapat berguna dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi peneliti dalam hal strategi pemasaran produk khususnya dalam penjualan produk susu kambing dan bermanfaat untuk para pembaca pada umumnya.

#### **D. Penelitian Relevan**

Penelitian Relevan adalah berfungsi sebagaimana gambaran secara sistematis mengenai hasil Penelitian terdahulu atau sebelumnya (*prior research*) mengenai persoalan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Penelitian relevan ini juga digunakan untuk mencari dimana letak persamaan dan letak perbedaan penelitian lain dengan penelitian saat ini. Hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi dalam menunjang keakuratan data dari peneliti yang akan dilakukan saat ini. Oleh karena itu, maka dipaparkan penelitian relevan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Skripsi Karya Wahyu Wulandari W. Mahasiswi Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan judul Penelitian Strategi Pemasaran Susu Kaleo Di UMKM Brayat Manunggal. Dimana dalam penelitian ini memiliki tujuan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, meliputi kelemahan, kekuatan, peluang serta ancaman yang merumuskan alternatif strategi prioritas strategi yang dapat diterapkan pada perusahaan susu Kaleo di UMKM Brayat Manunggal di Kabupaten Sragen. Dari hasil penelitian yang diuraikan

bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan pemasaran perusahaan susu Kaleo di UMKM Brayat Manunggal di Kabupaten Sragen. Memiliki tenaga kerja yang terampil produk yang memiliki komposisi yang khas, kemasan menarik Harga terjangkau ,target pasar semua golongan Masyarakat. Faktor internal yang menjadi kelemahan adalah faktor administrasi, tidak ada mesin pengemas kekurangan tenaga kerja, kurang armada transportasi promosi yang masih kurang,produk mengenai manfaat belum maksimal, faktor eksternal yang menjadi penguat adalah produk baru,adanya kesempatan untuk mengikuti pameran dan kepercayaan konsumen. Strategi yang diperoleh dari penelitian memanfaatkan acara atau *event* dengan menjadi donatur atau pendukung untuk mengenalkan produk ke Masyarakat sehingga konsumen jadi lebih tau tentang manfaat yang didapatkan dari produk tersebut dan tidak ragu lagi untuk mengkonsumsinya.<sup>7</sup>

Persamaan yang diperoleh dalam penelitian yang dipaparkan ini dengan penelitian sekarang adalah mengenai tentang strategi pemasaran produk susu sementara perbedaannya dalam penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah peneliti akan berfokus juga mengenai tentang kesesuaian produk serta strategi pemasaran yang diterapkan dengan etika bisnis Islam.

2. Skripsi Karya Rosita Umiyatul Rohmah Mahasiswi Universitas Negeri Sharif Kasim Riau Pekanbaru dengan pembahasan mengenai Judul penelitian Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha

---

<sup>7</sup>Wahyu Wulandari W. *Strategi Pemasaran Susu Kaleo Di UMKM Brayat Manunggal* ,(Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta, Fakultas Pertanian ,2012).

Susu Kambing Etawa CV.Tamto Mandiri Yogyakarta ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. Adapun tujuan dalam penelitian tersebut yakni untuk mengetahui pemasaran susu kambing Etawa dalam meningkatkan penjualan dari faktor pendukung dan penghambatnya dan bagaimanakah dari tinjauan Ekonomi Islam. Adapun penjelasan mengenai hasil penelitian adalah tinjauan strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran yang dilakukan sudah sesuai dalam aturan Islam. Produk yang diperjual belikan halal penetapan harga antara produsen dan para distributor juga telah di sepakati saling suka merelakan dan tidak merugikan salah satu belah pihak. Harga terjangkau sesuai dengan kualitas. Dalam kegiatan berbagai promosinya yang dilakukan melalui keagenan promosi melalui media sosial biasanya serta dalam masalah harga sering melakukan diskon harga .<sup>8</sup>

Persamaan dan perbedaan dengan penelitian saat ini adalah Sama-sama membahas tentang Strategi Pemasaran pada produk susu dengan Tinjauan etika Islam sementara perbedaan pada fokus saran Lokasi dalam relevan pada usaha susu kambing Tamto Yogyakarta Sementara dalam Penelitian Ini Fokus Pada Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy Yang Berada Di Kelurahan Yosodadi tepatnya Berada Di Kota Metro Lampung.

3. Jurnal Penelitian Karya Riza Arfiansyah, Sudarma Wijaya, Suriyati Situmorang. Mahasiswa Universitas Lampung dengan judul penelitian Analisis Pendapatan Dan Sistem Pemasaran Susu Kambing Di Desa Sungai

---

<sup>8</sup> Rosita Umiyatul Rohmah .*Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Susu Kambing Etawa CV. Tamto Mandiri Yogyakarta Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah*,(Skripsi Univeritas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru,Program Studi Ekonomi Syariah ,Fakultas Syariah Dan Hukum,2017).



Lanka Kecamatan Gedung Tataan Kabupaten Pesawaran. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi produksi dan pendapatan susu kambing serta efisiensi sistem pemasaran susu kambing di mana Lokasi dalam penelitian ini berada di Desa Sungai Lanka Kecamatan Gedung Tataan Kabupaten Pesawaran. Dari hasil penelitian menjelaskan bahwa dalam usaha susu kambing tersebut rata-rata produksi susu kambing masih di bawah potensi, namun penghasilan yang di peroleh sudah menguntungkan serta sistem pemasarannya sudah cukup memadai.<sup>9</sup>

Menurut penelitian yang dikemukakan dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki fokus yang sama dalam beberapa aspek yaitu sama-sama membahas tentang Strategi Pemasaran pada bisnis usaha susu kambing. Adapun terdapat segi perbedaannya dalam penelitian tersebut menjelaskan persoalan pendapatan yang di peroleh sementara dalam penelitian berfokus pada Strategi Pemasaran serta melihat dari keterkaitannya yang di lakukan dengan Etika Bisns Islam.

---

<sup>9</sup> Riza Arfiansyah, Sudarma Wijaya, Suriyati Situmorang. "Analisis Pendapatan Dan Sistem Pemasaran Susu Kambing Di Desa Sungai Lanka Kecamatan Gedung Tataan Kabupaten Pesawaran" *Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung Vol 3 No 4* .2015.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Strategi Pemasaran**

##### **1. Pemasaran**

Pemasaran merupakan tindakan setiap perusahaan sebagaimana proses sosial yang dimana pribadi atau organisasi tersebut akan memperoleh mengenai tentang persoalan apa yang pada dasarnya mereka butuhkan. Pemasaran mencakup segala usaha sebagaimana untuk mencapai kesesuaian antara lingkungan dengan perusahaan demi menemukan dan memecahkan masalah mengenai tentang bisnis apa yang akan digelutinya dan bagaimana bisnis tersebut akan dijalankan.

William J Stanton menjelaskan mengenai tentang arti pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dengan tujuan untuk menentukan dan mencari pemecahan atas masalah pokok yang akan di geluti dengan sukses di dalam lingkungan persaingan berdasarkan persektif produk harga promosi serta distribusinya.<sup>1</sup>

Seorang marketing sering disebut sebagai ujung tombak bagi perusahaan dikarenakan fungsi dan tugas marketing sebagai pemaham dengan sangat baik terhadap pasar. Pasar memiliki pergerakan dengan tajam oleh karena itu setiap marketing di tuntut harus mampu memutuskan sasaran dengan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Upaya yang di lakukan perusahaan iyalah dengan menyebarkan informasi dan

---

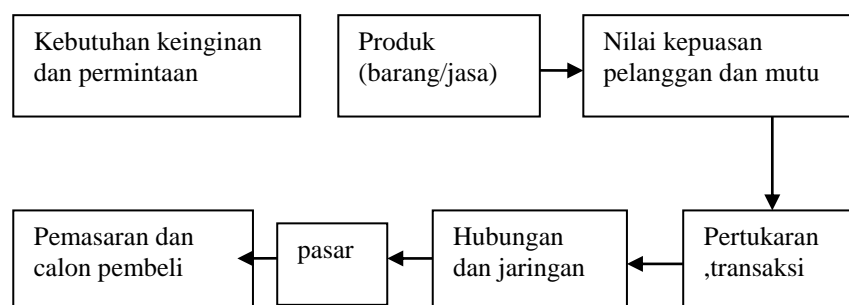
<sup>1</sup>Donni Juni Priansa. *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung :Alvabeta, Cv,2017) h 3.

komunikasi ataupun membangun jaringan. Seorang produsen harus memasarkan produknya, agar dikenal oleh kalayak umum. Untuk memperjelas mengenai pengertian pemasaran dapat diperdalam penjelasan mengenai konsep beserta tujuan pemasaran:

a. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran secara rinci merupakan suatu filosofi yang cukup menarik yang menyatakan bahwa keberadaan social ekonomi bagi organisasi adalah tujuannya untuk memuaskan segala kebutuhan konsumen yang sesuai dengan sasaran bagi setiap perusahaan. Hal tersebut di dasarkan pada pengertian bahwa tujuan penjualan berfokus kepada keputusan konsumen untuk membeli produk yang di inginkan. Konsep inti dari pemasaran adalah meliputi keinginan, kebutuhan dan permintaan produk (barang maupun jasa) biaya,kepuasan dan transaksi. Penentuan sasaran perusahaan dalam memasarkan produk juga sangat perlu untuk di ketahui dengan menyusun target yang dituju setelah itu dilakukanlah suatu strategi dalam memasarkan produk untuk mencapai tujuan yang diharapkan .

**Gambar 2.1**  
**Bagan Konsep Inti Pemasaran**



Perbedaan antara kebutuhan keinginan dan permintaan pasar :

Kebutuhan merupakan dimensi keadaan manusia yang tidak memiliki kepuasan dasar kebutuhan tidak diciptakan melainkan hakikat biologis dan kondisi manusia. Keinginan merupakan suatu objek yang dapat memuaskan kebutuhan Masyarakat semakin meningkatnya kemampuan Masyarakat baik dalam hal Ekonomi yang di miliki oleh Masyarakat tersebut maka keinginan juga semakin luas dan meningkat. Akan tetapi di karenakan keterbatasan dana,waktu,dan tenaga sehingga tidak semua keinginan di sertai dengan kemampuan untuk membelinya. Keinginan yang di sertai kemampuan untuk membelinya disebut dengan permintaan.<sup>2</sup>

b. Tujuan Pemasaran

Tujuan dari pemasaran sendiri merupakan cara menarik pelanggan baru dengan menciptakan produk yang sesuai dengan permintaan knsumen. Menetapkan harga yang menarik, mendistribusikan dengan mudah, mempromosikan secara efektif, mempertahankan pelanggan yang telah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Kolter mengemukakan bahwa pemasaran memiliki tujuan yang membangun hubungan jangka panjang dengan pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan ,distributor, memasok dalam rangka mempertahankan kelangsungan bisnis dalam jangka panjang.

---

<sup>2</sup>Budi Rahayu Tanama Putri.*Managemen Pemasaran* .(Denpasar:Fakultas Peternakan Universitas Udayana,2017), h 3.

Tujuan pemasaran yang utama ialah memberikan kepuasan kepada konsumen ,untuk mencari laba.Jika konsumen merasa puas maka masalah laba atau keuntungan akan datang dengan sendirinya.

## 2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tugas untuk memperkenalkan dan menyampaikan barang atau jasa kepada konsumen atau suatu rencana yang menyeluruh menyatu serta terpadu dalam bidang pemasaran yang dijalankan oleh setiap perusahaan guna untuk tercapainya suatu tujuan.<sup>3</sup>

Penyajian aplikasi ilmu strategi sangat diperlukan bagi setiap perusahaan. Keberhasilan untuk memenangkan persaingan dalam merebut konsumen membutuhkan perancangan strategi. dimana pemasar perlu merancang strategi guna untuk memperoleh loyalitas konsumen. Sehingga konsumen nantinya memiliki anggapan positif terhadap produk yang dipasarkan dan memiliki kecenderungan untuk membeli serta sekiranya mereka dapat menyukai produk tersebut dan kembali untuk membeli secara berulang-ulang.<sup>4</sup>

Setiap perusahaan di tuntut untuk bisa dengan cepat memahami kondisi dan arah pergerakan persaingan bisnis dimana untuk memperlihatkan tujuan di masa depan. Adapun yang perlu diketahui adalah tentang apa yang di lakukan pesaing pada saat ini. Untuk

---

<sup>3</sup>Sudarsono, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran* ,(Jakarta:Lentera Ilmu Cendekia, 2014), h 340.

<sup>4</sup>Ristianti Prasetijo .*Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: ANDI ,2015), h 249.

mendukung kesesuaian pemasaran yang di inginkan maka di perlukan suatu segmentasi serta bauran pemasaran.<sup>5</sup>

Jadi yang dimaksud dengan Strategi Pemasaran adalah upaya yang dilakukan oleh pemasar dalam memasarkan produk yang dimilikinya dengan cara yang dianggapnya paling efektif guna untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Tujuannya untuk memperoleh perhatian konsumen. Sehingga ada kemungkinan konsumen tertarik pada produk yang di tawarkannya dan juga upaya menjaga loyalitas konsumen agar konsumen dapat melakukan transaksi pembelian secara berulang.

### 3. Segmentasi Pasar

Pasar merupakan sekumpulan besar dari berbagai konsumen beserta tipenya yang tiap konsumen atau pembeli memiliki perilaku ataupun kebiasaan yang berbeda-beda. Pasar merupakan sesuatu yang heterogen oleh karena itu pemasar harus fokus dalam memasarkan produknya.<sup>6</sup> Segmentasi pasar di pandang sebagai proses pengelompokan sasaran (konsumen) yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan.<sup>7</sup> Keinginan respon terhadap produk secara spesifik.

Kolter Amstrong menyatakan yang dimaksud dengan segmentasi yakni membagi suatu pasar yang heterogen ke dalam suatu kelompok yang memiliki kebutuhan perilaku ataupun karakter dasar yang sama terhadap program pemasaran.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup>Hari Wijaya ,Hani Sirine “Strategi Segmenting,Targeting Positionigserta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap”*Asian Journal Of Innovation And Intrepreneurship* Vol.1 No.3 (2016).

<sup>6</sup>M.Mursyid .*Imanagemen Pemasaran* (Jakarta:PT Bumin Aksara,2014) ,h 33.

<sup>7</sup>Fandi Tjiptono,Gregorius Candra .*Penasaran Strategik*.(Yogyakarta:Cv.ANDI Offset,2012), h 150

<sup>8</sup> Donni Juni Priansa. *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* .h 12.

Yang dimaksud dengan segmentasi pasar merupakan pengelompokan konsumen yang heterogen yang memiliki kesamaan karakter, kesamaan perilaku, kesamaan dalam segi respon dalam melakukan transaksi pembelian terhadap suatu barang. Agar tujuan pemasaran dapat berjalan dengan lebih baik dapat terfokus pada sasaran yang tepat pada apa yang dipasarkannya tepat pada konsumen yang sesuai dengan kelompoknya.

#### **4. Target Pasar**

Evaluasi terhadap daya tarik segmen pasar ditentukan dengan kriteria yang menjadi faktor utama dalam penentuan target pasar pertama dari pengukuran pertumbuhan segmen. Keputusan menentukan pasar mana yang akan dilayani merupakan keputusan dari strategi bisnis pasar sasaran di pilih atas dasar kesesuaian antara produk dengan kemampuan perusahaan.<sup>9</sup>

Targeting mempunyai arti yang strategis yaitu sebagaimana kegiatan yang akan menentukan pasar sasaran melalui serangkaian tindakan untuk memilih satu atau lebih segmen untuk dilayani. Analisis target pasar dilakukan untuk mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen dan memilih segmen-segmen sasaran. Faktor faktor yang perlu dipertimbangkan antara lain tahap-tahap pengenalan dimana hanya beberapa tipe produk yang bersaing dan jika muncul substitusi baru maka akan muncul pula segmen dimana kebutuhan bertambah, peluang

---

<sup>9</sup>Fandi Tjiptono, Gregorius Candra. *Pemasaran Strategik*. (Yogyakarta: Cv. ANDI Offset, 2012), h 154.

segmentasi bertambah,segmentasi makin kompleks sedang strategi harus di sesuaikan diferensiasi persaingan, posisi perusahaan, sumber perusahaan,<sup>10</sup>

Yang di maksud dengan target pasar merupakan hal utama sebelum menentukan desain ,harga serta lainnya dari sebuah produk. dimana target pasar ini di lakukan setelah melakan suatu penentuan segmen pasar yang dapat dikatakan bahwa target pasar merupakan menentukan tujuan utama konsumen yang akan dituju sesuai dengan spesifikasi serta bobot produk yang akan di pasarkannya.

### **1. Bauran Pemasaran**

Di dalam bisnis sesuatu yang penting dan perlu di perhatikan adalah mengenai tentang pemasaran. Dikarenakan pemasaran adalah ujung tombak berjalannya suatu bisnis maka di dalam manajemen pemasaran terdapat suatu strategi yang dimana dalam strategi tersebut terdapat suatu inti yang disebut dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan variable yang dapat di kendalikan oleh perusahaan. Ada empat komponen bauran pemasaran untuk masuk di pasar. Komponen-komponen tersebut terdiri dari produk yang akan dipasarkan, harga ,tempat- distribusi (*place*) dan promosi . Produk yang dimaksud adalah yang sesuai dengan target pasar, dari ke empat komponen tersebut saling berpengaruh satu dengan yang lainnya. Sebuah perusahaan yang ingin mendirikan suatu usaha khususnya dalam bidang pengolahan produk maka harus benar-benar memperhitungkan,

---

<sup>10</sup>Wisnu Ari Gutama “Managemen Pemasaran Dalam Rancangan Usaha Agribisnis” .Buku Modul Universitas Brawijaya (<https://Docplayer.Info/48633709-Analisis-Target-Pasar.HTML>) 21, November 2020.



memperhatikan, serta memikirkan secara matang-matang persoalan keempat inti tersebut. Ketika mengeluarkan produk di Masyarakat seorang pengusaha tidak serta merta membuat produk kemudian di lemparkan begitu saja dipasaran. Akan tetapi hal tersebut harus ada racikan terdahulu mengenai tentang produk yang di keluarkan apa dan untuk siapa ,berapa harganya bagaimana cara mendistribusikan serta mempromosikannya. Agar nantinya laris di pasaran.<sup>11</sup>

Tjiptono menjelaskan mengenai tentang bauran pemasaran (*marketing mix*) bahwasannya yang di maksud dengan bauran pemasaran adalah berbagai cara yang dilakukan oleh pemasar untuk menentukan karakter produk atau jasa yang di tawarkannya.<sup>12</sup>

Adapun yang dimaksud dengan ke empat komponen tersebut adalah sebagai berikut: <sup>13</sup>

#### a. Produk (*Product*)

Produk merupakan segala sesuatu yang di tawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan bagian dari suatu strategi perencanaan dan pengembangan bisnis dengan memperhatikan produk yang di milikinya maka pihak perusahaan akan dengan mudah dalam pencapaian usaha pemasarannya. Perencanaan mengenai tentang produk yang tidak sesuai merupakan suatu kebohongan. kemasan yang terdapat pada produk merupakan indikator yang cukup memberi sinyal. Produk

---

<sup>11</sup>Darmanto ,Sri Wardana .*Managemen Pemasaran Untuk Mahasiswa ,Usaha Micro Kecil Dan Menengah* .(Yogyakarta:Cv Budi Utama,2016) H 18

<sup>12</sup> Kristian A,D Selang,"Bauran pemasaran ( *Marketing Mix*) Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Fresh Mart Bahu Mall Manado"*Jurnal EMBA*, Vol.1, No.3 (2013).

<sup>13</sup> Pandji Anoraga.*Managemen Bisnis*.(Jakarta:PT RINEKA CIPTA, 2009), h 220.

yang elegan memberikan daya tarik pada konsumen untuk membelinya.<sup>14</sup>

Produk berupa barang dapat di bedakan atau di klasifikasikan menurut macamnya. Pengelolaan mengenai tentang produk dapat di lihat dari bagaimana mutu produk tersebut guna menunjukkan kemampuan produk sebagaimana menjalankan fungsinya. Ciri produk sebagai sarana pembeda produk dengan produk pesaing. Serta pemahaman mengenai desain corak beserta manfaatnya. Dari segi lain penilaian mengenai produk tidak hanya mengenai tentang penampilannya saja akan tetapi hendaknya produk tersebut dikategorikan produk yang simple aman harga sesuai dan terjangkau sederhana dan ekonomis.

*b. Harga (Price)*

Harga (*Price*) merupakan sejumlah nilai yang di tukarkan oleh konsumen dengan manfaat barang yang akan di milikinya atau di pergunakannya dalam bentuk produk ataupun jasa yang di mana telah di tetapkan oleh penjual dan telah disepakati pula oleh pembeli melalui transaksi akad. Oleh karena itu dalam perusahaan perlu ada suatu sistem manajemen dalam menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa yang dihasilkan, yang di mana sebelumnya sudah menyangkut dengan berbagai potongan dari biaya pengangkutan serta variable lain yang terkait. Harga

---

<sup>14</sup> Philip Kotler. *Managemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 1997), h 52

merupakan fokus setelah produk tersebut di perhatikan oleh konsumen dan juga sebagai pengaruh utama bagi pihak konsumen dalam keputusan pembelian maka dalam strategi penentuan manajemen harga menjadi persoalan utama yang dihadapi oleh para perusahaan.<sup>15</sup>

c. Tempat (*Place*)

Elemen dalam pemasaran selanjutnya adalah tempat (*place*). pada saat pembuatan produk biasanya seorang pengusaha memiliki suatu lokasi atau tempat usaha agar setiap aktifitas dapat dilakukan dengan lancar. Didalam sebuah usaha pada saat memilih tempat atau lokasi usaha perlu adanya suatu strategi khusus agar dalam menentukan lokasi benar-benar tepat dengan produk dan layanan. dimanan dalam menentukan lokasi usaha diusahakan dalam kondisi yang cukup strategis. bauran pemasaran (*place*) yang dimaksud lebih fokusnya lagi suatu keberadaan usaha yang dapat di jangkau oleh para konsumen. sebagian besar produsen menggunakan perantara dalam memasarkan produk khususnya produk barang, dimana biasanya juga seorang pengusaha dapat membangun suatu saluran distribusi ataupun sekelompok organisasi yang saling keterkaitan<sup>16</sup>

Jadi dapat disimpulkan yang dimaksud dengan place atau tempat adalah suatu cara yang dilakukan oleh produsen untuk menentukan

---

<sup>15</sup> Philip kotler, *managemen pemasaran edisi 12* (Jakarta:PT INDEKS,2008). h 28

<sup>16</sup> Donni Juni Priansa. *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* .h 10-

lokasi keberadaan produk dengan tujuan agar produk tersebut dapat ditemukan atau dijangkau oleh konsumen dengan mudah, baik itu dengan cara menentukan kondisi lokasi yang tepat dan startegis dan juga bisa melalui saluran saluran distribusi atau sekelompok organisasi yang saling berhubungan dengan usaha.

*d. Promosi (Promotion)*

Promosi merupakan suatu komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pihak pemasar kepada konsumen guna mengajak serta membujuk dan menyakinkan konsumen mengenai tentang produk yang dimiliki untuk melakukan tindakan pembelian. telah dimaklumi setiap promosi yang benar dan tepat sangatlah membantu penjualan yang pada akhirnya berkembangnya pula perusahaan.<sup>17</sup>

Jadi yang dimaksud dengan promosi merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh seorang pemasar dalam memberitahukan atau menawarkan produk yang dimilikinya dengan tujuan menarik konsumen untuk melakukan pembelian atas barang yang telah ditawarkan.

## **B. Etika Bisnis Islam**

### **1. Definisi Etika Bisnis**

Mempelajari etika dalam berbisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik dan mana yang buruk di dalam dunia bisnis berdasarkan

---

<sup>17</sup>.M Mursyid *Managemen Pemasran* (Jakarta:Bumi Aksara ,2014),h 95.

pada prinsip moralitas. Etika bisnis merupakan aturan yang menegaskan mengenai tentang bisnis boleh atau tidaknya bertindak dimana aturan tersebut dapat di bentuk dalam aturan tertulis maupun yang tidak tertulis.<sup>18</sup>

Hal tersebut di lakukan dengan tujuan untuk menampilkan perubahan dalam hidupnya. Jadi yang dimaksud dengan etika bisnis yaitu penjelasan mengenai tentang bagaimana tatanan dalam berbisnis ,boleh atau tidaknya aturan-aturan yang berlaku di dalamnya.

## 2. Definisi Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan strategi guna untuk mengetahui mengenai tentang persoalan transaksi berbisnis untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah dalam kajian etika bisnis Islam. Ditambahkan mengenai halal haram baik buruk ataupun salah mengenai dengan dunia bisnis yang di sertai dengan moralitas.<sup>19</sup>

Yang sebagaimana di sinyalir oleh husein sahatah yang di paparkan oleh rafik issa beekun. Beliau memaparkan mengenai perilaku etika berbisnis (ahlak al islamiyah) yang di bungkus dengan batasan syariah (dhawabith syariah)<sup>20</sup>

Dalam segi pengkajiannya dalam berbisnis islam telah memberikan pedomannya berupa Norma atau Etika untuk di jalankan agar pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki rasa tanggungjawab terhadap bisnisnya.

Bagaimana cara berhubungan denga pihak yang bersangkutan dengan adanya

---

<sup>18</sup> Irham Fahmi .*Etika Bisnis*.(Bandung Alvabeta.Cv.2015), h 2-3.

<sup>19</sup> Rahmad Hidayat dan Muhammad Rifai .*Etika Manajemen Perspektif Islam* (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI),2018),h 84.

<sup>20</sup> Faisal Badroen. *Etika Bisnis Dalam Islam*,(Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2006) h 70.

norma atau etika bisnis secara spiritual bisnis dapat berjalan dengan baik tanpa menimbulkan ketidak sesuaian atau kerugian diantara salah satu belah pihak.<sup>32</sup>

Dalam Etika pemasaran seorang pembisnis tidak di perbolehkan melakukan suatu tindakan yang merugikan bagi orang lain. Namun haruslah melakukan suatu tindakahn ekonomi yang sama-sama saling ridho suka sama suka tidak ada yang merasa di rugikan. Sebagaimana sesuai firman allah dalam prinsip syariah bahwasannya kegiatan bisnis harus mengutamakan dalam semangat beribadah kesejahteraan bukan semata untuk kepentingan golongan tersendiri atau kepentingan pribadi. Rosulullah saw telah mengajarkan kepada para umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika dalam berbisnis yang sesuai dengan syariat islam.yang dimana hal tersebut telah di jelaskan dalam firman allah terdapat dalam surah an nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Yang artinya hai orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara batil kecuali dengan perniagaan yang dilakukan*

---

<sup>32</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h 8.

*atas dasar suka sama suka dan janganlah kamu membunuh dirimu sendiri  
sesungguhnya allah amat sayang kepadamu.*<sup>21</sup>

Ayat tersebut menjelaskan mengenai persoalan Etika dalam Ekonomi bisnis yang dimana didalamnya mengharapkan suatu perniagaan tidak boleh melakukan suatu tindakan yang merugikan salah satu belah pihak yang diharapkan menjadi contoh bagi para pelaku bisnis untuk berperilaku yang benar dalam aktifitas bisnisnya.

### 3. Prinsip Prinsip Etika Bisnis Islam

Ajaran islam sangatlah berorientasi pada karakter manusia yang yang harus memiliki perilaku yang seimbang dalam berhubungan dengan sesama. Baik dengan diri sendiri maupun pada masyarakat serta lingkungannya yang bertitik tolak dari allah. Etika bisnis Islam sangat penting dipertahankan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syariat islam.<sup>22</sup>

Upaya dasar dalam beretika bisnis dalam ekonomi islam bahwasannya alquran dan hadist dijadikan sebagai sumber pokok yang digunakan untuk menyimpulkan dari berbagai prinsip umum aktifitas

---

<sup>21</sup> Al-quran surat an nisa ayat 29

<sup>22</sup>Rina Desiana, Noni Afriyanti "Landasan Etika Dalam Ekonomi Islam". *Jurnal Al Intaj Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga* "Vol .3, No .1,(2017).

berbisnis dalam ekonomi islam. Adapaun yang termasuk dalam aktifitas bisnis yang di anjurkan dalam Islam adalah:<sup>23</sup>

a. Jujur dan Amanah .

Jujur dan dapat Amanah merupakan takaran yang begitu penting dalam berbisnis hal ini perlu dan harus di perhatikan untuk di jalankan. dikarenakan secara jelas di sebutkan dalam quran surat Muthafifin ayat 1-6 yang di dalamnya menyebutkan celakanya bagi orang orang yang bertindak curang yaitu para orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain untuk dirinya sendiri mereka meminta lebih akan tetapi apabila mereka menakar untuk orang lain mereka mengurangi. Jadi kejujuran itu haruslah di realisasikan dari hal baik dalam segi penakaran timbangan. Serta jujur dalam pengertian lebih luas pula tidak boleh berbohong dimana harus menjelaskan secara jelas sesuai dengan keadaan, tidak boleh mengada ngada (menipu).

b. Menjual Barang Yang Memiliki Kualitas Baik .

Menjual barang dengan kualitas yang baik merupakan aturan yang di haruskan dalam jual beli. salah satu hal yang buruk dalam berbisnis apabila berdagang tidak transparan dalam hal mutu karena produk adalah merupakan tanggung jawab penting yang berkesinambungan. Mengenai tentang kesesuaian bisnis itu berjalan seimbang antara memperoleh

---

<sup>23</sup>Jauhar Faradist “Merumuskan Kerangka Aksioma Etik Islam (Kajian Pemikiran Shed Nawab Haider Naqvi Dalam Menggagas Ekonomi Islam” *Jurnal Literasi Edisi 2*(2019).



keuntungan dengan memenuhi norma dasar mengenai persoalan hukum dengan masyarakat .

- c. Bermurah hati (tatsamuh dan taraahum). Dalam bertransaksi terjadilah kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah, senyum dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapatkan berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli.
- d. Membangun hubungan baik. Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoli maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan.
- e. Menetapkan harga dengan Transparan. Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh keuntungan.
- f. Menepati Janji. Sebagai seorang pembisnis ataupun pedagang juga harus selalu menepati janjinya, baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis, terlebih lagi harus dapat memepati janjinya kepada Allah SWT. Janji yang dimaksudkan adalah janji dimana seorang pebisnis melakukan transaksi bisnisnya baik kepada pembeli, bersikap

amanah (dapat di percaya) apabila terjadi suatu kesepakatan dalam bertransaksi maka harus di tepati sesuatu kesepakatan .<sup>24</sup>

### C. Deskripsi Susu Kambing

#### 1. Definisi Susu

Susu merupakan minuman sehat yang baik untuk di konsumsi, fungsi susu memberikan kalori dan vitamin pada Manusia sehingga sangat berfaedah bagi kesehatan. Karena berfungsi sebagai makanan tunggal bagi mahluk yang baru dilahirkan dan mulai tumbuh. Susu memiliki nilai gizi yang sempurna. Secara alami susu merupakan suatu emulsi lemak dalam air.<sup>25</sup> Banyak manfaat yang harus digali dengan pengetahuan baik tentang poses terjadinya susu maupun nutrisi yang tekandung di dalamnya.

Dari sudut ilmiah susu merupakan bahan makanan yang baik karena mengandung gizi yang lengkap. Kadar air susu sangat tinggi yaitu rata rata 87,5 % dan di dalamnya terimulsi berbagai zat gizi penting seperti protein, lemak, gula, vitamin dan mineral. Susu merupakan sumber protein dengan mutu yang sangat tinggi dengan kadar protein dalam susu segar 3,5% dan mengandung lemak yang kira-kira sama banyaknya dengan protein. Karena itu kadar lemak sering di jadikan sebagai tolak ukur mutu susu.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup>Mudjiarto Aliaras Wahid, *Membangun Karakter Dan Kepribadian Kewirausahaan*, (Jakarta:Graha Ilmu, 2006) ,h 62-63.

<sup>25</sup>B. Sarwono. *Beternak Kambing Unggul*, (Jakarta : Penebar Swadaya, 2012).

<sup>26</sup>Agung Setya Wardana, STP." Teknologi Pengolahan Susu." *Fakultas Pertanian Universitas Slamet Riyadi Surakarta* .2012.

Jadi yang dimaksud dengan susu merupakan cairan yang sangat bermanfaat memiliki nilai gizi tinggi yang didalamnya terdapat vitamin yang bagus untuk dikonsumsi .

## 2. Definisi Susu Kambing

Susu kambing yaitu susu yang di peroleh dengan jalan pemerasan seekor kambing perah atau lebih yang dilakukan secara teratur, terus menerus, dan hasilnya berupa susu segar murni tanpa di campur dikurangi atau ditambah sesuatu. Berat jenis susu minimal 1, 027 pada suhu 27, 50 °c dengan kadar lemak minimal 2, 8% susu terdiri dari 7/8 bagian air dan 1/8 bagian bahan kering. Bau dan rasa susu kambing murni sangat spesifik yaitu sedikit berbau kambing, warna susu kambing yang sehat adalah putih bersih kekuning kuningan dan tidak tembus cahaya.<sup>27</sup>

Jadi yang dimaksud dengan susu kambing adalah susu yang berasal dari induk hewan kambing yang murni dari hasil perahan, yang dimana susu kambing murni dari ciri-cirinya secara khusus dapat dilihat dari warnanya yang putih kekuning-kuningan dan berbau khas kambing.

## 3. Manfaat Susu Kambing

Selain di jual dalam bentuk susu segar sama halnya dengan susu sapi saat ini susu kambing dapat diolah dalam berbagai bentuk lain. Bentuk turunan seperti pasteurisasi kefir (susu asam) yoghurt, ice cream, susu bubuk dan dodol. Susu kambing memiliki beberapa kasiat atau manfaat yang telah di buktikan oleh para pengguna setianya. Yakni

---

<sup>27</sup>B. Sarwono. *Beternak Kambing Unggul*.(Jakarta: Penebar Swadaya, 2012).

sebagai obat dan sebagai minuman tambahan yang mampu meningkatkan daya tahan tubuh, sehingga tubuh tidak mudah di serang oleh penyakit. Hal tersebut juga telah dijelaskan didalam alquran bahwasannya susu merupakan minuman yang bermanfaat dan baik untuk dikonsumsi. Islam telah memberikan materi tersebut dengan menyebutkan dalam Al'quran bahwasannya susu memiliki keistimewaan bagi manusia yang harus digali dengan menemukan manfaat yang dapat diambil untuk kebaikan manusia. Susu disebutkan dengan kata (laban) yang dapat dilihat dalam Firman Allah dalam surah (an nahl: 66)<sup>28</sup>

وَإِنَّ لَكُمْ فِي الْأَنْعَامِ لَعِبْرَةً نُسْقِيكُمْ مِمَّا فِي بُطُونِهِ مِنْ بَيْنِ فَرْثٍ  
وَدَمٍ لَبَنًا خَالصًا سَائِغًا لِلشَّارِبِينَ ﴿٦٦﴾

*Yang artinya dan sesungguhnya pada binatang ternak itu benar-benar terdapat pelajaran bagi kamu, kami memberimu minum dari pada apa yang berada dalam perutnya (berupa) susu yang bersih antara tahi dan darah, yang mudah ditelan bagi orang-orang yang meminumnya. (Q.S an nahl 16: 66)<sup>29</sup>.*

Survei dari yunited states departement of agriculture (USDA) menyebutkan susu kambing sangat baik untuk mencegah munculnya berbagai penyakit. bahkan dalam penderita penyakit TBC asma (sesak

<sup>28</sup>Ahmad FidaMachrus."Susu Hewan Ternak Dalam Alquran":Kajian Tematik" Universitas Islam Negeri Walisongo . 2017.

<sup>29</sup> Q.S.an-Nahl (16): 66.

nafas), anemia kekurangan darah, hepatitis, kram otot dan tukak lambung sangat di anjurkan untuk mengkonsumsi susu kambing secara rutin .<sup>30</sup>

Jadi manfaat yang ditemukan dari susu kambing adalah antara lain susu kambing baik untuk kesehatan tubuh ,susu kambing baik untuk menjaga daya tahan tubuh dan susu kambing juga dapat dimanfaatkan untuk diolah sebagai campuran makanan yang dapat disajikan lebih menarik lagi

---

<sup>30</sup> Ahmad Sodiq, *Meningkatkan Produksi Susu Kambing Peranakan Etawa* .(Jiganjur Jagakarsa Jakarta Selatan: PT Agromedia Pustaka,2008).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Dan Sifat Penelitian**

##### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*). Yang dimana dalam penelitian ini memfokuskan perhatian pada data di lapangan. Data menjadi amat penting. Penelitian yang dilakukan dengan melaksanakan wawancara di tempat pada suatu objek penelitian yang telah di tentukan dalam observasi di lapangan<sup>1</sup> Penelitian ini adalah masuk dalam penelitian lapangan di karenakan peneliti mengamati dan berpartisipasi secara langsung dalam penelitian dan mengamati budaya setempat.

Secara sederhana pengamatan penelitian lapangan (*field research*) dapat didefinisikan peneliti secara individu berbicara dan mengamati secara langsung orang-orang yang sedang ditelitinya mengadakan pengamatan untuk memperoleh informasi yang diperlukan.

##### 2. Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kualitatif yang dimana Bogdan Dan Taylor mendefinisikan metode kualitatif Yaitu suatu proses-proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang

---

<sup>1</sup>Burhan Bungin Ed 1 Cet1 0.*Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Jakarta:Rajawali Press,2015) h 30

diamati. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan induktif dengan demikian teori sesungguhnya adalah alat yang akan di uji kemudian dengan data dan instrumen penelitian.<sup>2</sup> Penelitian ini memfokuskan pada data di lapangan dengan teorisasi induktif Hal tersebut akan tampak pada data yang akan dihasilkan dalam penelitian yaitu berupa keterangan-keterangan penjelasan dari berbagai tindakan yang dilakukan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya Sehingga teori yang berubangan dengan data menjadi tak penting<sup>34</sup> Demikian dalam penelitian ini akan berfokus pada strategi dalam bidang pemasaran yakni pada usaha Susu Kambing Telaga Risqy Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro

## **B. Sumber Data**

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi kejelasan tentang bagaimana mengambil data tersebut dan bagaimana data tersebut diolah. sumber data yang diperoleh penulis merupakan data yang didapat langsung dari tempat pengolahan susu kambing telaga rizqi di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro .Pengertian sumber data

---

<sup>2</sup> Burhan Bungin Ed 1 Cet 10 .*Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Jakarta:Rajawali Press,2015), h 27

<sup>3</sup> Burhan Bungin Ed 1 Cet 10 .*Metodologi Penelitian Kualitati* . h 31

<sup>4</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitat.if*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000),h 4.

menurut Suharsimi Arikunto sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh.<sup>5</sup>

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber pertama di lapangan.<sup>6</sup> Menurut Suharsimi Arikunto data Primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sumber data Primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data dari pihak pertama kepada pengumpul data yang biasanya data primer dapat dikumpulkan melalui observasi ataupun wawancara dari sumber asli maka proses pengumplan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan di jadikan objek penelitian yang digunakan untuk mengambil keputusan.<sup>7</sup>

Adapun dalam penelitian ini sumber data primer adalah pemilik utama usaha susu kambing telaga rizqy dan juga pada beberapa Masyarakat yang dapat dijadikan sebagai sample penelitian di karenakan peneiltian ini adalah penetian berupa pemasaran mengenai produk susu kambing khususnya susu kambing telaga rizqy maka dalam penelitian ini juga di perlukan data dari sumber asli para konsumen.

---

<sup>5</sup>Wiratna Sujarweni,*Metodologi Penelitian*.(Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2014), h 73.

<sup>6</sup>Burhan Bungin.*Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi Kebijakan Publik,Managemen Dan Pemasaran* .(Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h 128.

<sup>7</sup>Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitaif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2017) , h 103.



## 2. Data Sekunder

Menurut sugiyono sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen yang berhubungan dengan fokus penelitian. Data sekunder adalah data yang di peroleh dari sumber kedua atau sumber sekunder juga dalam sebuah perusahaan data sekunder berupa faktur, laporan penjualan, pengiriman, laporan hasil riset yang sejenis.<sup>8</sup>

Menurut Ulber Silalahi bahwa data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sumber data sekunder merupakan suatu cara membaca, mempelajari dan memahami dengan tersedianya sumber-sumber lainnya sebelum penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini sumber data sekunder yang digunakan adalah sumber buku Strategi Pemasaran, Manajemen Pemasaran, Buku Etika Bisnis Islam beserta jurnal atau artikel lain dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian.

### C. Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi dari responden sesuai lingkup

---

<sup>8</sup> Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi Format Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi Kebijakan Publik, Manajemen Dan Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h 128.

penelitiannya.<sup>9</sup>Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam suatu penelitian .Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.<sup>10</sup>

Untuk mengumpulkan data perlu adanya suatu teknik tertentu sesuai dengan kebutuhannya.Adapun teknik yang di gunakan dalam pengumpulan data penelitian ini sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Metode Wawancara

Metode Wawancara atau Interview merupakan suatu proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dengan bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai.<sup>11</sup>Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara secara sistematis yang dilakukan dengan terlebih dahulu pewawancara mempersiapkan pedoman tertulis tentang apa yang hendak di pertanyakan kepada responden. Pada penelitian ini wawancara yang dilakukan adalah wawancara kepada pengelola usaha susu kambing telaga rizqy beserta para konsumen baik yang sudah atau belum pernah mengkonsumsi susu kambing telaga rizqy.

---

<sup>9</sup>Wiratna Sujarweni .*Metodologi Penelitian*,(Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2014), h 73.

<sup>10</sup> Sugiyono.*Memahami Penelitian Kualitatif* (.Bandung: Alfabeta .cv.cet ke 10, 2014),h 12.

<sup>11</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, (Jakarta:Kencana Prenadia Group.2013) ,h 13.

## 2. Metode Observasi

Observasi merupakan suatu proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian. Bentuk observasi dalam penelitian ini adalah observasi langsung dimana observasi ini adalah pengamatan yang dilakukan secara langsung pada objek yang diobservasi dalam arti bahwa pengamatan tidak menggunakan media media transparan. Hal ini dimaksud bahwa peneliti secara langsung melihat atau mengamati apa yang terjadi pada objek penelitian.<sup>12</sup>

Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan yaitu dengan datang langsung di lokasi penelitian mengenai bagaimana keadaan tempat usaha dan mengamati secara jelas produk penelitian.

## 3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian dimaksudkan sebagai cara pengumpulan data dengan mempelajari dan mencatat bagian bagian yang dianggap penting dari berbagai risalah resmi yang terdapat baik dalam lokasi penelitian maupun di instansi lain yang ada pengaruhnya dengan lokasi penelitian. studi dokumentasi di tujukan untuk memperoleh data langsung dari instansi/lembaga atau tempat penelitian, laporan kegiatannya di instansi atau lembaga atau tempat penelitian yang berhubungan dengan fokus penelitian. Teknik dokumentasi digunakan untuk mngumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan

---

<sup>12</sup> W.Gulo. *Metodologi Penelitian*. (Jakarta:PT Grasindo,2002).h 116

penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang sesuai dengan masalah penelitian. Tehnik dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumen ,memilih-milih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian.<sup>13</sup>

Tehnik dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara pengumpulan sumber-sumber dari buku yang berkaitan dengan judul penelitian dari perpustakaan dan juga dari jurnal-jurnal beserta artikel yang berkaitan dengan judul penelitian,serta dokumentasi foto pada saat observasi langsung di lapangan.

#### **D. Tehnik Analisis Data**

Dalam penelitian ini data kualitatif dalam penelitian dipergunakan untuk permintaan informasi yang bersifat menerangkan dalam bentuk uraian, maka data tersebut tidak dapat terwujudkan dalam bentuk angka, melainkan berbentuk suatu penjelasan yang menggambarkan keadaan proses tertentu<sup>14</sup>.Maka dalam penelitian ini menggunakan analisis diskriptis kualitatif. Penggunaan strategi diskriptif kualitatif di mulai dengan cara induktif dari analisis berbagai data yang terhimpun dari suatu penelitian kemudian bergerak ke arah pembentukan kesimpulan kategoris atau ciri-ciri umum tertentu.<sup>15</sup> Strategi ini dimulai dari klasifikasi data. Pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan

---

<sup>13</sup> W.Gulo.*Metodologi Penelitian*. (Jakarta:PT Grasindo,2002).h 123

<sup>14</sup> P. Joko Subagyo,*Metodologi Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*,(Yogyakarta :Rineka Cipta,1997),h 106.

<sup>15</sup> Zuhairi.*Pedoman Penuisan Karya Ilmiah Edisi Revisi Cet 1* .(Jakarta :Rajawali Pers,2016)

lapangandan bahan-bahan lain yang mendukung yang peneliti dapatkan dari hasil terjun di lapangan dan peneliti dapat menyajikan temuannya, mengungkapkan hal-hal yang penting dan penentuan apa yang bisa di laporkan.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **D. Deskripsi Usaha**

##### **4. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Telaga rizqy merupakan salah satu bidang usaha peternakan kambing perah dan pengolahan produk susu yang berada di wilayah provinsi Lampung. Telaga rizqy termasuk dalam kategori jenis usaha yang berfokus dalam bidang pengolahan serta Penjualan produk susu kambing. Telaga rizqy merupakan usaha milik perseorangan dari salah satu warga masyarakat di Kota Metro. Lokasi Usaha telaga rizqy tepatnya berada di jalan sepat no.3.RT 27/RW 11 Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro Lampung.

Untuk memperjelas mengenai tentang kelurahan yosodadi dapat di paparkan sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Peta Lokasi Kelurahan Yosodadi**



Kelurahan Yosodadi tepatnya berada di

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Yosomulyo
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Iringmulyo
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kampung Yosorejo
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Adirejo, Pekalongan Lampung Timur.<sup>1</sup>

Untuk sampai kepada lokasi usaha susu kambing telaga rizqy dapat ditempuh dengan berbagai macam kendaraan baik itu dengan roda dua maupun dengan roda empat.

#### **5. Sejarah Singkat Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy**

Telaga rizqy merupakan nama jenis usaha produk susu kambing yang berada di wilayah Kota metro lampung .Telaga rizqy adalah produk susu milik bapak winarko heri setiono. Berdirinya usaha susu kambing telaga rizqy dilatar belakangi dari faktor kebutuhan ekonomi keluarga bapak winarko. Yang sebelumnya bapak winarko bekerja sebagai seorang karyawan di suatu perusahaan, akan tetapi dengan adanya suatu keinginan besar dari diri bapak winarko untuk memiliki usaha sendiri maka bapak winarko memutuskan untuk mendirikan usaha supaya beliau lebih bisa mandiri dan tidak harus bekerja dengan orang lain. Bahkan agar beliau nantinya bisa menciptakan pekerjaan untuk orang lain, dengan tujuan dapat membantu sesama yang membutuhkan.

---

<sup>1</sup>Monografi Kelurahan Kecamatan Metro Timur Kota Metro Di Ambil Di Kantor Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Pada Tanggal 2 Juni 2021.

Sejarah berdirinya usaha susu kambing telaga rizqy yakni pada tahun 2016 yang dimana pada saat itu di tahun 2016 adalah akhir persiapan dan perencanaan matang dalam mendirikan usaha. Kemudian di tahun 2017 tepatnya pada bulan januari beliau bapak winarko mulai mendirikan kandang kambing. Lalu pada tanggal 30 maret 2017 mulailah berternak kambing dilanjutkan dengan tahap penggemukan. Dengan berjalannya waktu kambing ternak perah milik bapak winarko tersebut siap untuk di perah dan di jadikan sebagai susu olahan.

Pemerahan pada awal perintisan masih menghasilkan susu hanya beberapa liter saja yang disebabkan karena kambing yang di ternaknya masih dalam jumlah yang sedikit. Dengan tahap demi tahap hingga sampai saat ini bahwasannya usaha susu kambing telaga rizqy telah di kenal oleh masyarakat banyak terdapat beberapa pelanggan,riseller,serta maklon bahkan penjualan hingga luar lampung.<sup>2</sup>

## **6. Visi Dan Misi Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy**

### **a. Visi**

“Menjadi Produsen Susu Kambing Terbesar Di Lampung Yang Di Rahmati ALLAH SWT“

### **b. Misi**

- a. Meningkatkan kompetensi sumber daya manusia
- b. Menciptakan dan menjaga bahan baku, proses produksi dan produk yang berkualitas, aman dan halal.

---

<sup>2</sup>Wawancara Dengan Bapak Winarko Heri Setiono Pada Tanggal 30 Januari 2021



- c. Memenuhi semua persyaratan konsumen dan pemerintah
- d. Memberdayakan peternak yang ada di sekitar lingkungan
- e. Mengelola limbah menjadi pupuk organik
- f. Menghasilkan kualitas bakalan ternak kambing yang berkualitas
- g. Mengelola pakan dari berbagai limbah pertanian.

### **B. Strategi Pemasaran Susu Kambing Telaga Rizqy**

Pemasaran susu kambing telaga rizqy pada awal pertama kali perintisan usaha yang dilakukan oleh bapak winarko adalah dengan cara menitipkan hasil olahan susu kambing miliknya tersebut di tempat usaha pengolah susu kambing yang sebelumnya telah ada di daerah kota Metro.

Kemudian dengan berjalannya waktu setelah banyak yang mengetahui usaha susu kambing telaga rizqy tersebut, terdapat warga masyarakat yang berdatangan ke kandang telaga rizqy untuk melihat proses pembuatan susu kambing dan juga mereka ikut belajar bagaimana cara beternak untuk menghasilnya susu yang lebih baik.

Sehingga pada saat itu barulah ada beberapa masyarakat yang datang dengan tujuan untuk membeli susu kambing dengan melakukan pemesanan secara langsung ke lokasi usaha. Hingga akhirnya bapak winarko memutuskan untuk melakukan penjualan susu kambing yang diolahnya langsung dari rumahnya.

Penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan usaha pengolah produk susu kambing telaga rizqy pada saat ini yang dilakukan

oleh bapak winarko dan keluarganya telah mengikuti tata cara pemasaran yang berlaku di dalam teori pemasaran.

Berdasarkan dari hasil penelitian ditemukan bahwa susu kambing telaga rizqy telah menerapkan tehnik *marketing mix* yang sesuai dengan tata cara teori pemasaran. Dimana usaha susu kambing yang dikembangkan oleh bapak winarko ini Berdasarkan strategi pemasaran bawasannya telaga rizqy dalam pemasaran usahanya menyusun bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari kegiatan menentukan produk, penetapan harga, penentuan lokasi dan melakukan kegiatan promosi.

Dari hasil interview bapak winarko mengatakan “Untuk saat ini usahanya berjalan seperti biasanya. adanya wabah virus korona alhamdulillah tidak berdampak pada penjualan. Tidak adanya efek yang muncul dari pandemi terhadap penjualan, dan masih tetap berjalan seperti biasanya”.

Dalam usaha susu kambing telaga rizqy bauran pemasaran (*marketing mix*) yang di lakukan adalah sebagai berikut:

1. Produk (*product*).

Produk susu kambing telaga rizqy merupakan produk susu dari susu kambing murni yang di peroleh secara langsung dari kandangnya. Produk susu kambing telaga rizqy merupakan produk susu yang di produksi secara tradisional oleh keluarga bapak winarko. Yang dimana dilakukan dengan cara penggorengan manual (penggorengan biasa) kemudian diolah menjadi produk-produk susu kambing yang telah

dipasarkan sesuai dengan jenisnya. Produk tersebut di olah dengan cara penggorengan manual kemudian tahap selanjutnya adalah tahap pencampuran produk untuk menghasilkan produk kemasan mencampurnya dengan bahan-bahan tambahan seperti halnya gula ,creamers nabati, melto dekstrin, serta perisa makanan. Produk susu kambing telaga rizqy terdiri dari berbagai varian rasa yang dimana konsumen dapat melakukan pilihan dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya.<sup>3</sup>

Untuk lebih jelasnya maka berikut ini merupakan tabel jenis produk yang di produksi oleh usaha susu kambing telaga rizqy di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro Lampung beserta gambar produk dalam kemasan.

**Tabel 4.1**  
**Jenis Produk Susu Kambing Telaga Rizqy**

| No | Jenis Produk  | Varian Rasa                                    |
|----|---------------|--|
| 1  | Susu Cair     | melon<br>stroberi<br>coklat<br>moka<br>vanilla |
| 2  | Susu Bubuk    | manis rasa biasa<br>gula aren<br>jahe          |
| 3  | Susu original |  |
| 4  | Kefir         |  |

---

<sup>3</sup>Wawancara Dengan Bapak Winarko Heri Setiono pada Tanggal 30 Januari 2021

**Gambar4.2****Produk Susu Kambing Telaga Rizqy**

Sesuai dengan paparan produk tersebut telaga rizqy mampu menghasilkan susu murni dari hasil perahannya sebanyak 25 hingga 30 liter dalam sekali pemerahan. Dimana setiap liter susu murni tersebut dapat menghasilkan lima bungkus produksi susu bubuk. Dengan ketersediaannya bahan baku susu murni dari hasil perahan sendiri maka telaga rizqy dapat terus berproduksi susu untuk menghasilkan stok minimum produk.

Standar produksi susu telaga rizqy dalam seharinya sekitar sepuluh liter untuk susu bubuk sisanya produksi untuk susu cair. Akan tetapi produksi tersebut juga menyesuaikan dengan kebutuhan pasar dan permintaan. Jika kebutuhan cair banyak maka yang diolah lebih banyak produk susu cair apabila produk bubuk yang lebih banyak permintaannya maka yang lebih banyak di olah adalah produk susu bubuk.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Wawancara Dengan Kak Denina Selaku Anak Perempuan Bapak Winarko Pada Tanggal 29 Mei 2021.

Apabila banyak Pembelian hingga mengakibatkan stok bahan baku terbatas, dari hasil pemerahan sendiri tidak mencukupi maka susu murni perahannya tidak hanya dari hasil perahan kambing ternaknya sendiri akan tetapi juga mengambil dari usaha perah susu orang lain<sup>5</sup>.

Susu kambing telaga rizqy ini berasal dari jenis kambing yang di budidaya oleh bapak winarko sendiri yakni berasal dari jenis kambing Sanen,Sapera, Peranakan Etawa dan Jawa Randu. Justru dalam kambing perah tersebut tidak ada kambing yang murni asli kambing etawa yang pada umumnya masyarakat mengenal bahwa susu kambing adalah susu Etawa. Bapak winarko memberi tanggapan bahwasannya belum pernah menemukan kambing penghasil susu yang asli Etawa apa ada tutur beliau “Dimana kamu tau susu kambing asli Etawa saya belum pernah menemukannya<sup>6</sup>”.

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwasannya susu kambing yang diolah menjadi susu telaga rizqy tersebut bukan asli dari susu kambing etawa yang pada umumnya masyarakat mengenal susu kambing adalah susu etawa. Melainkan kambing-kambing Jawa Randu kambing Etawa yang peranakan atau keturunan yang disebut dengan Peranakan Etawa,kambing Sapera dan Sanen. Karena setau beliau belum menemukan asli kambing etawa yang dimana adanya peranaknya saja.

---

<sup>5</sup>Wawancara Dengan Kak Denina Selaku Anak Perempuan Bapak Winarko 29 Mei 2021

<sup>6</sup>Wawancara Dengan Bapak Winarko Heri Setiono Pada Tanggal 30 Januari 2021

a. Manfaat Produk Susu Kambing.

Mengenai manfaat susu kambing bapak winarko menjelaskan mengenai tentang produk susu kambing. Susu kambing merupakan susu dengan kualitas susu yang terbaik. Dimana di klaim susu kambing adalah susu yang kategorinya produk superfoot untuk menjaga imunitas tubuh.

“Produk susu kambing itu susu yang diklaim hanya dibawah satu tingkat lebih rendah dari susu ASI kualitasnya. Makanya dia bisa di konsumsi untuk anak-anak bisa membantu meningkatkan perkembangan otak anak supaya lebih membaik daya tahan tubuh anak juga bisa lebih membaik. Kalau untuk orang dewasa juga dapat membantu meningkatkan imunitas dan juga bisa membantu mengobati sakit pernafasan Bronkitis Asma, Paru-Paru, Maagkronis jantung bocor. Hal tersebut jika di konsumsi secara rutin .kalau untuk orang-orang lanjut usia bisa untuk membantu kesehatan Tulang, dan juga yang pada intinya susu kambing itu kalsiumnya cukup tinggi”<sup>7</sup>

Hal tersebut dijelaskan langsung mengenai manfaat susu kambing oleh bapak winarko heri setiono sehingga dapat di simpulkan bahwa manfaat susu kambing yang telah di jelaskan oleh bapak winarko selaku pemiliki usaha susu telaga rizqy bahwa susu kambing memiliki banyak manfaat seperti halnya untuk membantu pengobatan dari berbagai hal penyakit apabila rutin dikonsumsi dan membantu meningkatkan kekebalan daya tahan tubuh dan kecerdasan bagi seorang anak.

---

<sup>7</sup>Wawancara Dengan Bapak Winarko Heri Setiono Pada Tanggal 30 Januari 2021.

## 2. Harga (*price*)

Penetapan harga adalah proses menentukan berapa yang akan di terima oleh pengusaha dari hasil penjualan produknya.<sup>8</sup> data varian rasa dan jumlah harga peneliti mendapatkan informasi secara langsung dari pemilik usaha susu kambing telaga rizqy yang dimana beralamat di Jalan sepat no.3.RT 27/RW 11 Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak winarko heri setiono serta kak denina selaku anak perempuan bapak winarko pembahasan mengenai harga produk susu yang di jual oleh bapak winarko di mulai dari susu cair dalam kemasan botol 250 mililiter di beri harga Rp13000, kemudian susu bubuk dengan kemasan 200 gram dengan rasa manis biasa dengan harga Rp 30000, untuk susu bubuk rasa jahe dan gula aren dalam kemasan 200 gram serta susu original dalam satu liter di harga Rp35000, untuk susu kefir seharga Rp70000 perliter sementara untuk kefir yang botol dengan harga Rp25000.<sup>9</sup>

Agar lebih jelasnya mengenai tentang produk susu kambing telaga rizqy yang diperjual belikan oleh bapak winarko maka dapat di jelasakan dengan tabel harga di bawah ini.

---

<sup>8</sup>Donni Juni Priansa. *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung : Alfabeta, Cv,2017) h 10.

<sup>9</sup>Wawancara Dengan Bapak Winarko Dan Kak Denina Selaku Anak Perempuan Bapak Winarko Pada Tanggal 29 Mei 2021

**Tabel 4.2**  
**Keterangan Harga Produk Bubuk**

| No | Nama Produk | Varian Rasa                         | Kemasan | Harga                            |
|----|-------------|-------------------------------------|---------|----------------------------------|
| 1  | Susu Bubuk  | rasa manisbiasa<br>gulaaren<br>jahe | 200ml   | Rp 30000<br>Rp 35000<br>Rp 35000 |

**Tabel 4.3**  
**Keterangan Harga Produk Cair**

| No | Nama Produk   | Varian Rasa                                    | Kemasan         | Harga  |
|----|---------------|--|-----------------|--|
| 2  | susu cair     | melon<br>stroberi<br>coklat<br>moka<br>vanilla | 250 ml          | Rp 13000<br>Rp 13000<br>Rp 13000<br>Rp 13000<br>Rp 13000 |
| 3  | Susu Original |  | 1liter          | Rp 35000   |
| 4  | Kefir         |  | 250ml<br>1liter | Rp25000<br>Rp 70000                                      |

Sementara Bagi para reseller usaha susu telaga rizqy tersebut dari bapak winarko memberikan harga riseller produk dengan harga Rp 11000 untuk susu cair,kemasan bubuk di harga Rp 22000 untuk rasa manis biasa dan 28000 untuk rasa jahe dan gula aren, sementara untuk susu original di harga Rp 30000 per liter .

Sesuai dengan paparan tersebut Mengenai tentang persoalan harga produk susu kambing kepada para pelanggan tetap baik itu maklon dari awal sudah terdapat harga khusus. Serta untuk konsumen yang membeli produk yang banyak akan mendapatkan potongan harga denga potongan menyesuaikan dari seberapa banyak produk yang di belinya.



### 3. Tempat-Distribusi (*place*)

Tempat (*Place*) adalah lokasi produk dan pendistribusiannya yang merupakan suatu wadah untuk memasarkan suatu produk. Tempat atau (*Place*) merupakan salah satu faktor penting dalam bauran pemasaran agar pemasaran dapat berjalan dengan lancar, sehingga konsumen yang membutuhkan dapat menemukan produk tersebut serta bagaimana cara memperolehnya.<sup>10</sup>

Usaha susu kambing telaga rizqy merupakan usaha rumahan yang dimana untuk mendapatkan produk tersebut bisa dengan berdatangan langsung ke lokasi usaha atau yang sering disebut ketempat kandang telaga rizqy. Tempat usaha telaga rizqy ini merupakan peternakan kambing yang ramah lingkungan jadi tidak harus membayangkan bahwa dengan ternak kambing ini maka lingkungan sekitar akan bau kambing di karenakan standar budidaya susu kambing milik bapak winarko ini standarnya harus ramah lingkungan.<sup>11</sup>

Kandang telaga rizqy ini berlokasi di jalan sepat no 3 .RT 27/RW 11 Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro lampung.

Untuk dapat memperoleh produk susu telaga rizqy ini dapat dengan berdatangan langsung ke lokasi. Produk susu kambing telaga rizqy ini juga dapat di pesan melalui transaksi online via whatshap atau

---

<sup>10</sup>Donni Juni Priansa. *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. (Bandung :Alvabeta, Cv,2017) , h 11.

<sup>11</sup>Wawancara Dengan Bapak Winarko Heri Setiono Pada Tanggal 29 Mei 2021

melihat akun media sosial telaga rizqy baik akun facebook ataupun Instagram. Adapun akun sosial media bisnis telaga rizqy adalah, market place Shopee Telaga Rizqy, Instagram @telagarizqy\_21 dimana untuk saat ini instagram telaga rizqy tersebut memiliki 367 followers<sup>12</sup> serta facebook dengan nama Telaga Rizqy<sup>13</sup>.Serta nomor whatshap 081541443433.<sup>14</sup>Pembelian produk susu kambing telaga rizqy jika pembeliannya di lakukan dengan berdatangan langsung kerumah pastinya pembayarannya secara tunai akan tetapi untuk online harus melakukan transfer terlebih dahulu,ada yang bisa dengan cara COD akan tetapi itu hanya untuk daerah yang tidak terlalu jauh dari kota metro.

Untuk pengiriman produk pemesanan usaha susu telaga rizqy tersebut khusus produk susu cairnya melalui jalur kendaraan bus umum atau kendaraan pribadi seperti halnya sepeda motor milik pribadi untuk di antarkan ke tujuan pemesan akan tetapi untuk produk susu bubuk jika pemesanan secara online pengiriman melalui jasa pengiriman pada umumnya seperti halnya melalui jasa JNE, J&T, dan lain sebagainya.

Pengiriman produk yang sering di lakukan oleh bapak winarko beliau menjelaskan bisa sampai dengan jumlah 20,30,50,hingga 100 liter bahkan lebih tergantung permintaanya.Untuk kirim di Palembang

---

<sup>12</sup> Instagram telagarizqy -21 di lihat pada tanggal 3 juli 2021

<sup>13</sup> Wawancara Dengan Kak Jalal Dan Kak Dimas Selaku Pemangang Di Tempat Lokasi Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy Yang Bertugas Dalam Bidang Pemasaran Digital Pada Tanggal 30 Januari 2021

<sup>14</sup> Wawancara dengan bapak winarko heri setiono pada tanggal 3 juli 2021

hingga sampai 110 liter dalam sekali kirim kemudian di kirim di lampung selatan hingga 250 produk atau kemasan.<sup>15</sup>

Pengiriman yang dilakukan untuk produk telaga rizqy ini di masukkan kedalam styrofoam serta di beri tambahan es batu di dalam styrofoam tersebut khusus produk susu cair.Sementara untuk produk susu bubuk pengiriman tersebut di kemas seperti halnya pengiriman produk pada umumnya dalam transaksi online.

Kendala dalam usaha susu kambing telaga rizqy ini ialah pada ketahanan produk susu cairnya.Yang dimana kendala yang lebih jelasnya ialah karena keterbatasan ketahanan produk susu cair.Maka dalam usaha ini memiliki kesulitan dalam segi pengiriman untuk produk susu cair. sehingga produk susu cair telaga rizqy tidak bisa dalam jangkauan konsumen yang terlalu jauh dari lokasi usaha.<sup>16</sup>

Mengenai bagaimana apabila ada konplain dari konsumen dalam transaksi tersebut baik dari pengiriman atau produk rusak bapak winarko menjelaskan kalau untuk masalah konsumen konplain tentang produk dari hasil pengiriman atau produk rusak sejauh ini belum ditemukan. Jika seumpama terjadi insiden tersebut biasanya karena kelalaian dari konsumen sendiri. Dimana dari telaga rizqy sudah melakukan penjelasan bahwasannya Bapak Winarko sudah memberikan nasehat kepada konsumennya dari awal transaksi misal setelah barang

---

<sup>15</sup>Wawancara Dengan Bapak Winarko Heri Setiono Pada tanggal 29 Mei 2021

<sup>16</sup>Wawancara Dengan Kak Denina Selaku Anak Perempuan Bapak Winarko Pada Tanggal 29 Mei 2021

datang itu untuk segera di masukkan kedalam freezer akan tetapi justru malah hanya di masukan didalam termos es saja.<sup>17</sup>

Biasanya untuk kejadian-kejadian tersebut penyebab terjadinya karena dari konsumen sendiri tidak pernah dari produsen telaga rizqy semua sudah di jelaskan pada saat pembelian. Namun seumpama apabila ada insiden lalu konsumen komplain baik itu salah mereka atau dari produsen kalau memang benar-benar mengadu maka akan di gantikan dengan produk yang baru.<sup>18</sup>

Ketahanan produk susu telaga rizqy ini untuk produk susu cairnya hanya perkiraan sampai dengan 48 jam dalam styorofoam pada saat pengiriman dan akan basi hingga 4 sampai 6 jam dalam keadaan terbuka. Namun apabila di masukkan kedalam freezer ketahanannya bisa mencapai satu bulan. Sementara untuk produk bubuk bisa mencapai waktu ketahanannya hingga satu tahun.<sup>19</sup>

Produk susu telaga rizqy tersebut juga dapat di temukan di berbagai reseler yang berada di beberapa daerah di Lampung. Produk susu cair telaga rizqy sebelumnya dapat di temukan di pasar modern Candra Metro. Akan tetapi, untuk saat ini di Candra Metro di berhentikan karena perputaran waktu untuk transaksinya di anggap cukup lama. Sementara untuk susu bubuk belum bisa di pasarkan di

---

<sup>17</sup>Wawancara Dengan Bapak Winarko Heri Setiono Pada Tanggal 29 Mei 2021

<sup>18</sup>Wawancara Dengan Bapak Winarko Heri Setiono pada tanggal 28 mei 2021

<sup>19</sup>Wawancara Dengan Kak Denina Selaku Anak Perempuan Bapak Winarko Pada Tanggal 29 Mei 2021

pasar swalayan atau tempat khusus oleh-oleh Lampung. Dikarenakan pada saat ini masih dalam proses perizinan.<sup>20</sup>

Tambahan dari bapak winarko bahwasannya menjelaskan Serta juga stok masih belum terlalu banyak jadi belum bisa di perjual belikan di berbagai pasar besar. Bapak winarko mengatakan “Isya allah dengan harapan nantinya produk susu kambing telaga rizqy ini jika sudah memenuhi keseluruhan baik dari segi perizinan untuk produk bubuk dan stok produk hingga sampai ribuan maka akan di pasarkan di berbagai tempat dan juga bisa sampai di swalayan bandar lampung”.

Bapak winarko dalam memantapkan ucapannya “bahwasannya dalam bisnis pastinya tetap optimis sebisa mungkin sesuai dengan tuntunanyang di iringi dengan kemampuan karena urusan bisnis ini bukan urusan jual beli dengan manusia saja akan tetapi jual beli dengan syariat artinya tidak boleh ada kebohongan yang intinya sederhana saja di karenakan kita takut dengan kekurangan jumlah”.

#### 4. Promosi (*promotion*)

Promosi usaha yang dilakukan oleh usaha susu kambing telaga rizqy pada saat ini adalah secara offline dan online yang dimana offline tersebut di promosikan secara langsung pada orang-orang yang datang langsung kelokasi usaha. Kemudian ikut dipromosikan dalam ajang

---

<sup>20</sup>Wawancara Dengan Kak Denina Selaku Anak Perempuan Dari Bapak Winarko Pada Tanggal 29 Mei 2021

pameran produk UMKM di Nuwo Intan serta sekarang melalui para riseller.<sup>21</sup>

Untuk saat ini produk susu kambing telaga rizqy sudah banyak riseller di beberapa tempat di lampung yakni terdapat di daerah Lampung Tengah, Bandar Lampung Sukodadi, Jalan Penghijauan Kedaton, Prengsewu Sukarame, Way Kandis serta para maklon yang menjual produk susu kambing tersebut. Ada beberapa maklon yang di mana bapak winarko menyebutkan maklon tersebut dari daerah Lampung Selatan.

Peminat susu kambing ini lebih banyak dari luar lampung seperti halnya Tangerang, Makasar, Palembang, Jambi, dan Bekasi. Untuk pembeli susu kambing warga sini daerah setempat ada yang membeli tapi masih baru baru ini. Yang sebelumnya tidak ada justru malah produk tersebut lebih banyak di minati oleh masyarakat jauh.<sup>22</sup>

Untuk promosi online pada saat wawancara penelitian kak jalal dan kak dimas selaku pemegang di tempat tersebut telah melakukan promosi penjualan melalui media digital serta memanfaatkan akun sosial media sebagai perantara usahanya seperti halnya facebook dan Instagram membuat vidio-vidio iklan di instagram.

Yang menjadikan bisnis usaha susu kambing telaga rizqy ini yang lebih menguntungkan adalah dalam bisnis kerja sama dengan pihak riseler dan maklon. Pada saat itu kak jalal menambahkan Kendala

---

<sup>21</sup>Wawancara Dengan Bapak Winarko Heri Setiono Pada Tanggal 29 Mei 2021

<sup>22</sup>Wawancara Dengan Kak Denina Selaku Anak Perempuan Dari Bapak Winarko Pada Tanggal 29 Mei 2021

dalam memasarkan susu kambing telaga rizqy dalam media sosial seperti instagram bahwasannya lumayan cukup susah untuk menarik minat konsumen dikarenakan produk yang ditawarkan adalah jenis minuman dan kebanyakan masyarakat juga belum terlalu familiar dengan produk susu kambing,Sehingga dalam mempromosikan juga cukup sulit dilakukan.<sup>23</sup>

Yang pada intinya tahap-tahap yang dilakukan pada saat memulai promosi digital cara yang dilakukan kak jalal,kak dimas dan kak denina adalah dengan memfollow orang-orang yang aktif dalam sosial media. Yakni orang-yang di kenal oleh banyak masyarakat seperti halnya memfollow ibu chusnunia chalim atau yang sering dikenal dengan ibu nunik selaku wakil Gubernur Lampung.

Dengan harapan semakin sering melakukan respon pada akun social media tersebut maka masyarakat yang melihatnya akan tau setidaknya membaca dan mengenal produk susu kambing telaga rizqy.<sup>24</sup>

Selain peneliti melakukan wawancara dengan Bapak winarko heri setiono dan seluruh rekan yang ikut andil didalamnya seperti kak denina selaku anak perempuan dari bapak winarko serta kak jalal dan kak dimas sebagai pemegang ditempat dalam penelitian ini juga di lakukan wawancara dengan warga daerah sekitar lokasi usaha.

---

<sup>23</sup>Wawancara Dengan Kak Jalal Pada Tanggal 30 Januari 2021

<sup>24</sup>Wawancara Dengan Kak Jalal Dan Kak Dimas Selaku Pemegang Di Tempat Lokasi Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy Yang Bertugas Dalam Bidang Pemasaran Digital Pada Tanggal 30 Januari 2021

Dalam penelitian tersebut peneliti melakukan wawancara kepada bapak tresno dari hasil wawancara diperoleh keterangan bahwa Bapak tresno mengenal produk susu kambing telaga rizqy akan tetapi bapak tresno tidak pernah membeli susu kambing yang disebabkan karena faktor ekonomi, Bapak Trisno berprofesi sebagai seorang buruh tani dengan penghasilan yang tidak pasti, dengan demikian Bapak Trisno merasa untuk saat ini belum seberapa membutuhkan susu kambing.<sup>25</sup>

Selanjutnya peneliti melanjutkan wawancara dengan Bapak Agus, berdasarkan hasil wawancara diketahui alasan bahwa Bapak Agus tidak berminat membeli susu kambing dikarenakan keluarga Bapak Agus masih membutuhkan biaya yang cukup banyak untuk anak-anaknya yang masih bersekolah, karena Bapak Agus lebih mengutamakan pendidikan buat anak-anaknya. dan untuk susu kambing belum terlalu di butuhkan<sup>26</sup>

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan Ibu siska, dari hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa alasan keluarga Ibu siska tidak berminat membeli susu etawa bukan karena tidak mengetahui manfaat mengkonsumsi susu kambing karena ibu siska tidak suka

---

<sup>25</sup>Wawancara Dengan Bapak Tresno Warga Sekitar Lokasi Usaha Pada Tanggal 30 Mei 2021

<sup>26</sup>Wawancara Dengan Bapak Agus Warga Sekitar Lokasi Usaha Pada Tanggal 30 Mei 2021



dengan bau serta rasa yang terdapat di dalam susu kambing, karena kambing di anggap masih bau perengus atau khas kambing<sup>27</sup>

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan responden yang lain, dari hasil wawancara diperoleh penjelasan bahwa Ibu Eli tidak berminat membeli susu etawa karena tidak suka susu selain tidak suka minum susu juga tidak suka dengan bau yang amis pada susu kambing.<sup>28</sup>

Kemudian alasan Ibu Lena, Ibu Sari dan Bapak Ali tidak berminat mengkonsumsi Susu Etawa di karenakan faktor harga yang menurut mereka harga Rp. 35.000 perliter itu cukup mahal, sehingga mereka lebih mementingkan kebutuhan yang lainnya terlebih dahulu dibandingkan dengan harus membeli susu kambing<sup>29</sup>

Dari beberapa warga yang peneliti wawancarai tersebut bahwasannya dapat disimpulkan bahwa warga sekitar tidak melakukan pembelian susu kambing telaga rizqy di karenakan masih beranggapan bahwa produk susu kambing bau khas kambing dan banyak yang tidak menyukainya serta juga harga cukup mahal untuk kesetiap harinya itulah yang menjadi penyebab mengapa warga daerah sekitar usaha susu kambing justru tidak banyak yang membeli produk susu tersebut

---

<sup>27</sup>Wawancara Dengan Ibu Siska Warga Sekitar Lokasi Usaha Pada Tanggal 30 Mei 2021

<sup>28</sup>Wawancara Dengan Ibu Eli Warga Sekitar Lokasi Usaha Pada Tanggal 30 Mei 2021

<sup>29</sup>Wawancara Denga ibu Lena,Ibu,Sari dan Bapak Ali Warga Sekitar Lokasi Usaha Pada Tanggal 30 Mei 2021

Jadi berdasarkan paparan tersebut dapat di analisis Produk susu telaga rizqy justru malah diminati oleh masyarakat yang lokasinya jauh dengan tempat usaha serta yang menjadikan bisnis usaha susu kambing telaga rizqy ini yang lebih menguntungkan adalah dalam bisnis kerja sama dengan pihak riseler dan maklon.

### **C. Analisis Tinjauan Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis ialah serangkaian aktifitas dalam berbagai bentuk bisnis yang harus berpegang pada ketentuan syariat. Pemasaran dalam etika bisnis islam ialah aktifitas yang di landasi dengan keridhaan antara penjual dan pembeli. Semakin pandai penjual dalam memasarkan produk maka akan semakin mudah produk tersebut laku terjual. Dalam aturan islam pemasaran dilandasi dengan berbagai prinsip etika dimana etika-etika tersebut hendaknya untuk di jalankan bagi setiap kalangan yang ingin berbisnis.<sup>30</sup>

Adapun beberapa prinsip yang menjadi pedoman diantaranya adalah prinsip kejujuran dan transparan, dimana kejujuran merupakan penentu ketertahanan suatu bisnis ketika dalam usaha tersebut mengabaikan kejujuran maka usaha tersebut tidak akan bertahan lama. Dengan kejujuran maka usaha akan dapat bertahan dikarenakan mendapatkan kepercayaan dari para konsumen atau masyarakat.<sup>31</sup>

Prinsip keterbukaan dalam bertransaksi pada proses pengiriman berdasarkan dari penelitian hasil analisis yang di dapatkan bahwasannya usaha susu telaga rizqy dalam melakukan bisnis penjualan melakukan

---

<sup>30</sup>Irham Fahmi. *Etika Bisnis*. (Bandung Alfabeta. Cv.2015), h 2-3.

<sup>31</sup>Mudjiarto Aliaras Wahid, *Membangun Karakter Dan Kepribadian Kewirausahaan*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2006) ,h 62-63

keterbukaan dari segi kegiatannya. Selain itu pada saat transaksi juga menjelaskan mengenai tentang ketahanan produk serta aturan tata cara penyimpanannya serta proses prosesnya.

Bapak winarko selalu dengan senang hati menjelaskan mengenai tentang usahanya bagaimana produknya. Bapak winarko sering melakukan tranfer edukasi kepada para pengunjung yang datang di lokasi usaha menyampaikan mengenai tentang manfaat susu kambing secara Umum serta bagaimana proses usahanya tersebut.

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat di analisis usaha susu kambing telaga rizqy ini dilakukannya secara transparan dikarenakan telaga rizqy dalam bertransaksi selalu melakukan keterbukaan menjelaskan secara jelas tentang produk-prduknya dan memberikan penjelasan mengenai kelemahan-kelemahan persoalan ketahanan produk susu yang dimiliki nya.

Mengenai tentang promosi yang dilakukan pada usaha susu telaga rizqy cara mempromosikan produk susu kambing telaga rizqy di sosial media seperti halnya facebook dan instagram dengan mengupload berbagai foto-foto produk yang di milikinya dengan di desain semenarik mungkin dengan bantuan aplikasi editing foto yang bertujuan agar bentuk dari foto tersebut menarik untuk di lihat oleh konsumen. Namun hal tersebut tidak terlalu berlebihan semua itu dianggap wajar di karenakan antara bentuk asli dengan hasil foto tidak berbeda jauh.

Serta cara lain yang dilakukan oleh pemilik usaha susu kambing telaga rizqy ini cara mempromosikan produknya yaitu melalui penjelasan

mengenai manfaat kak denina dan bapak winarko menjelaskan mengenai manfaat susu kambing mereka menyebutkan dari segi umum teori bahwa susu kambing dapat menyembuhkan berbagai penyakit namun tidak menyebutkan bahwa susu tersebut benar-benar dapat menyembuhkan berbagai penyakit dikarenakan beliau selalu mengawalinya pada saat promosi mengenai kasiat dan manfaat susu kambing pada umumnya berpusat pada teori.

Berdasarkan dari penelitian tersebut dapat di analisis dari segi promosi susu kambing telaga rizqy baik dan tidak bertentangan dengan prinsip etika islam di karenakan beliau tidak memberikan kebenaran bahwa susu kambing yang di produksinya benar-benar dapat menyembuhkan segala penyakit. Namun beliau dari ucapannya selalu memakai kalimat berdasarkan pada umumnya susu kambing bermanfaat untuk kesehatan seperti untuk mengobati paru-paru dan menjaga imun tubuh apabila di konsumsi secara rutin akan tetapi ada hal yang sedikit membuat peneliti memiliki kejanggalan di dalamnya dari promosi yang di lakukan mengenai tentang persoalan manfaat dikarenakan mengenai tentang manfaat susu telaga rizqy ini walaupun mereka mengatakan berdasarkan pada umumnya akan tetapi yang mereka katakan seolah berlebihan tentang manfaat susu kambing bahwasannya dapat menyembuhkan penyakit seperti halnya paru-paru serta jantung bocor dan berbagai penyakit lainnya yang disebutkannya. Yang sementara ketika peneliti menanyakan secara jelas mengenai keunggulan produk susu tersebut hanya saja di lihat dari segi keunggulan

susu kambing di banding dari susu sapi itu lebih tinggi kasiatnya susu kambing. Sehingga hal tersebut di anggap berlebihan bagi peleliti karena tidak ada bukti nyata bahwa susu kambing yang di produksinya benar-benar dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit seperti halnya yang telah di jelaskan oleh pemilik susu kambing telaga rizqy tersebut.

Bertanggung jawab dalam suatu bisnis sangat diperlukan, sebagai penjual yang amanah,jujur dan bertanggung jawab akan mendapatkan kepercayaan penuh dari konsumennya dan mendapatkan ridho serta berkahnya dari allah swt. dari segi pengiriman produk bapak winarko menjelaskan belum pernah terjadi inseden atau komplain dari konsmen,jika hal tersebut terjadi bukan kesalahan dari penjual namun dari bagaimana konsumen salah dalam melakukan penyimpanan karena semua sudah di jelaskan pada saat transaksi berlangsung dan apabila itu benar terjadi dan konsumen melakukan komplain secara nyata kepada telaga rizqy maka akan di gantikannya dengan produk yang baru.

Harga merupakan sejumlah uang yang harus di bayarkan untuk memperoleh suatu produk dimana islam telah mengajarkan mengenai persoalan penetapan harga produk yang sesuai dalam menentukan harga dengan kualitas barang harus adil dan tidak memberatkan salah satu belah pihak dan ditentukan oleh keseimbangan antara penjual dan pembeli. Bersifat saling merelakan yang dimana kerelaan tersebut di tentukan oleh penjual dan pembeli pada saat trasaksi secara suka sama suka.

Sesuai dengan penjelasan dari surah an- nisa ayat 29 yang berbunyi

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Yang artinya hai orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara batil kecuali dengan perniagaan yang dilakukan atas dasar suka sama suka dan janganlah kamu membunuh dirimu sendiri sesungguhnya allah amat sayang kepadamu.*<sup>32</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pemilik usaha susu telaga rizqy kak denina selaku anak bapak winarko mengatakan bahwa penetapan harga susu telaga rizqy pertama kalinya diawali dengan menghitung keseluruhan harga pokok penjualannya yang diperkirakan keseluruhannya untuk mengambil keputusan harga jual. Semua itu tidak ada permasalahan di karenakan dalam menentukan keuntungan jual beli barang tidak ada batas tertentu yang ditetapkan asalkan tidak lebih dari harga pasar pada umumnya.<sup>33</sup>

Dan jika dilihat dalam perspektif Etika Bisnis Islam tidak ada masalah dalam jual beli susu telaga rizqy dikarenakan selama ini adanya saling kerelaan antara penjual dan pembeli dalam bertransaksi dimana konsumen atau pelanggan dalam mempertahankan kepentingannya yang dilakukan atas kerelaan saling suka sama suka.

<sup>32</sup> Al-quran surat an'nisa ayat 29

<sup>33</sup> Adanah Murroh Nasution "Batasan Mengambil Keuntungan Menurut Hukum Islam" *Jurnal El Qanuni* Vol 4 No 1 2018 .h 91

Jadi dapat dianalisis bahwasannya harga yang di tentukan oleh usaha susu kambing telaga rizqy di lihat dari seberapa pentingnya produk susu kambing bagi masing-masing konsumen dimana dari segi nominal yang tercatat dan di hubungkan dengan pendapatan yang di dihasilkannya. Bagi konsumen yang mengenal produk produk susu kambing dan memahami mengenai manfaatnya serta berpengaruh akan kebutuhannya maka susu kambing dengan harga tersebut di anggap wajar.

Serta dimana dalam segi transaksi yang dilakukan pada susu kambing telaga rizqy di mana setiap transaksi yang terjadi antara pihak penjual dan pembeli khususnya para pelanggan yakni melakukan transaksi pembelian secara suka sama suka dikarenakan bersumber dari keutamaan akan manfaat terhadap produk susu kambing tersebut dan kebutuhan dari masing- masing konsumen.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

1. Berdasarkan dari hasil penelitian ,peneliti dapat menguraikan kesimpulan bahwa usaha susu kambing telaga rizqy yang berada di kelurahan yosodadi kecamatan metro timur kota telah melaksanakan strategi pemasaran yang sesuai dengan teori berbisnis dimana pemilik usaha susu kambing telaga rizqy telah melaksanakan tata cara strategi pemasaran menggunakan empat bauran pemasaran.Penerapan bauran pemasaran dari strategi pemasaran yang dilakukan usaha susu kambing telaga rizqy bahwasannya :

Produk (*product*) susu kambing telaga rizqy terdiri dari empat jenis produk yakni susu botol berbentuk cair yang terdiri dari varian rasa seperti (melon, stroberi, moka, vanila dan coklat). Serta susu bubuk terdiri dari varian rasa (jahe gula aren dan rasa manis biasa) .susu original dan susu kefir.

Harga (*price*) susu telaga rizqy di harga mulai dari Rp 13000 untuk produk botol varian rasa ,30000 produk bubuk rasa manis biasa ,Rp 35000 produk bubuk dengan rasa jahe dan gula aren. kefir seharga Rp 25000 kemasan botol dan Rp 70000 dalam satu liter,Serta susu original seharga 35000 perliter.

Tempat (*place*) usaha Telaga rizqy berada di jalan sepat no.3.RT 27/RW 11 Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro lampung. Untuk memeperoleh susu kambing telaga rizqy konsumen dapat



berdatangan langsung ke lokasi usaha, selain itu susu kambing telaga rizqy dapat di peroleh di berbagai riseller.

Usaha susu kambing telaga rizqy dalam mempromosikan produknya pada saat ini adalah dengan cara offline dan online dimana cara offline yang dilakukan adalah promosi secara langsung oleh pemilik usaha kepada para pengunjung yang datang ke kandang rizqy dan juga melakukan pameran-pameran di Nuwo Intan pada saat ajang pameran produk UMKM sekota Metro. Sedangkan cara online yang di lakukan yakni dengan mempromosikan produknya di facebook dan Instagram.

2. Mengenai tentang etika bisnis islam strategi pemasaran susu kambing telaga rizqy peneliti menganalisis bahwa tidak ada strategi pemasaran yang keluar dari tatanan etika bisnis islam semua telah berjalan sesuai aturan berbisnis dimana dari setiap transaksi telah di laksanakan secara jujur dan transparan kepada konsumen serta bertanggung jawab,tidak melakukan penipuan dalam bertransaksi dan adanya unsur saling suka antara pembeli dan penjual.

### **Saran**

1. Sebaiknya untuk produk susu bubuk agar lebih cepat lagi dalam memproses surat perizinan agar lebih mudah dalam proses pemasarannya.
2. Sebaiknya usaha susu kambing telaga rizqy lebih meningkatkan kualitas produk susunya agar supaya produk susu cair yang di produksinya memiliki daya tahan yang lama sehingga dapat di pasarkan lebih mudah tanpa adanya kendala pada proses pengiriman.

## DAFTAR PUSTAKA

- A,D Kristian Selang,” Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Fresh Mart Bahu Mall Manado”*Jurnal EMBA*, Vol.1,No.3 (2013).
- Adanah Murroh Nasution “Batasan Mengambil Keuntungan Menurut Hukum Islam” *Jurnal El Qanuni* Vol 4 No 1 2018 .
- Aliaras Mudjiarto Wahid, *Membangun Karakter Dan Kepribadian Kewirausahaan*,(Jakarta: Graha Ilmu, 2006).
- Anoraga Pandji.*Managemen Bisnis*.(Jakarta:PT RINEKA CIPTA,2009).
- Arfiansyah Riza, Sudarma Wijaya, Suriyati Situmorang. “Analisis Pendapatan Dan Sistem Pemasaran Susu Kambing Di Desa Sungai Lanka Kecamatan Gedung Tataan Kabupaten Pesawaran”*Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung Vol 3 No 4* .2015.
- Ari Wisnu Gutama “Managemen Pemasaran Dalam Rancangan Usaha Agribisni Buku Modul Universitas Brawijaya ([https://Docplayer.Info/48633709-Analisis-Target-Pasar.HTML](https://docplayer.info/48633709-Analisis-Target-Pasar.HTML)) 21, November 2020.
- Badroen Faisal, *Etika Bisnis Dalam Islam*,(Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2006).
- Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi Kebijakan Publik, Manajemen Dan Pemasaran*,(Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013).

Bungin Burhan Ed 1 Cet 10 .*Metodologi Penelitian Kualitatif*.

(Jakarta:Rajawali Press,2015)

Desiana, Rina noni afriyanti “Landasan etika dalam ekonomi islam”.*Jurnal Al Intaj Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga* “Vol .3, No .1,(2017).

Erma Muslichah Widiani,”Penggunaan Teqnologi Internet Dalam Sistem Penjualan Online Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Pembelian Berulang Produk Batik Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Jawa Timur”*Jurnal Managemen Dan Kewiausahaan* Vol.14, No .1(2012).

Fahmi Irham .*Etika Bisnis*.(Bandung Alvabeta.Cv.2015).

Faradist Jauhar “Merumuskan Kerangka Aksioma Etik Islam (Kajian Pemikiran Shed Nawab Haider Naqvi Dalam Menggagas Ekonomi Islam” *Jurnal Literasi Edisi 2*(2019).

FidaAhmad Machrus. ”Susu Hewan Ternak Dalam Alquan”:Kajian Tematik” *Universitas Islam Negeri Walisongo* .2017.

Gulo W.*Metodologi Penelitian*. (Jakarta:PT Grasindo,2002).

H.Syahda.*Sukses pembibitan Dan Pengembangan Kambing Etawa*,(Jawa Barat :Lumenta Publishing ,2016),

Hidayat Rahmad dan Muhammad Rifai .*Etika Managemen Perspektif Islam* (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI), 2018).

Hulaimi Ahmad “Etika BisnisIslam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi”,*Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol.2 No.1 (2017).

J Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000).

Joko P. Subagyo, *Metodologi Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*, (Yogyakarta :Rineka Cipta, 1997).

juni Donni Priansa. *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*( Bandung :Alvabeta, Cv, 2017).

Kotler Philip *managemen pemasaran edisi 12* (Jakarta:PT INDEKS, 2008).

Kotler Philip *Managemen Pemasaran*(Jakarta: Prenhallindo, 1997)..

Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitaif* ,(Jakarta: Rajawali Press, 2017).

Mursyid M, *Managemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara , 2014).

Mustaqim Masran “Penerapan Promosi Dan Strategi Pemasaran” *Jurnal Pemasaran Kompetitif Managemen Pemasaran terhadap perkembangan Usaha* .Vol. 1 No. 2 (2018).

Nurhadi “Managemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix ) Dalam Perspektif Ekonomi Syariah” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Vol 6 No 2* .2019.

Nyoman Ni Resmi, “Strategi Peningkatan Kualitas Produk Untuk Menang Dalam Kompetisi “*Jurnal Sains Dan Teknologi* Vol 10 no .3 (2011).

Paraduhita Lalita Martha, Makmun Sarma, Muhamad Najib, “Strategi Pemasaran Susu Kambing Di Bogor ” *Jurnal Sains Terapan* ,Edisi 6 Vol .6 (2016).

Prasetijo Ristianti *.Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: ANDI , 2015).

- Rahayu Budi Tanama Putri. *Managemen Pemasaran*. (Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana, 2017).
- Rahmawati. *Managemen Pemasaran*. (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016).
- Sarwono B.. *Beternak Kambing Unggul*. Jakarta: Penebar Swadaya, 2012
- Setya Agung Wardana, STP. "Teknologi Pengolahan Susu." *Fakultas Pertanian Universitas Slamet Riyadi Surakarta*. 2012.
- Setyawardani, Triana, *Membuat Keju, Yoghurt, Dan Kefir Dari Susu Kambing*. (Jakarta: Penebar Swadaya, 2017) .
- Shobirin. "Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*" Vol. 3, No. 2, Desember 2015.
- Sodiq Ahmad, *Meningkatkan Produksi Susu Kambing Peranakan Etawa*. (Jigajur Jagakarsa Jakarta Selatan: PT Agromedia Pustaka, 2008).
- Sudarsono, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014).
- Sudiarti Sri. *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018)
- Sugiyono. *Memahami penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta. CV. Cet ke 10, 2014)
- sujarweni Wiratna, *metodologi penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014).
- Tieland Geliga, Sinta Wahyu Hati. "Analisis Positioning Produk UMKM MJB Berdasarkan Persepsi Pelanggan Studi Kasus Outlet Komplek Tiban Cipta Puri Batam" *Jurnal Bisnis Administrasi* Vol.1, No. 2 (2017).

Tjiptono Fandi, Gregorius Candra. *Penasaran Strategik*. (Yogyakarta: Cv. ANDI Offset, 2012).

Umiyatul Rosita Rohmah *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Susu Kambing Etawa CV. Tamto Mandiri Yogyakarta Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Dan Hukum, 2017).

Wawancara Dengan Bapak Agus Warga Sekitar Lokasi Usaha Pada Tanggal 30 Mei 2021

Wawancara Dengan Bapak Tresno Warga Sekitar Lokasi Usaha Pada Tanggal 30 Mei 2021

Wawancara Dengan Bapak Winarko Heri Setiono Pada Tanggal 29 Mei 2021

Wawancara Dengan Bapak Winarko Heri Setiono Pada Tanggal 30 Januari 2021

Wawancara Dengan Kak Denina Selaku Anak Perempuan Bapak Winarko Pada Tanggal 29 Mei 2021

Wawancara Dengan Kak Denina Selaku Anak Perempuan Bapak Winarko Pada Tanggal 30 Januari 2021

Wawancara kepada Bapak Winarko Heri Setiono selaku pemilik usaha Susu Kambing Telaga Rizqy Di Kelurahan Yosodadi Kec. Metro Timur, Kota Metro, pada Tanggal 28 Agustus 2020.

Wawancara Dengan Ibu Lena, Ibu Sari dan Bapak Ali Warga Sekitar Lokasi Usaha Pada Tanggal 30 Mei 2021

Wawancara Dengan Ibu Eli Warga Sekitar Lokasi Usaha Pada Tanggal 30 Mei 2021

Wawancara Dengan Ibu Siska Warga Sekitar Lokasi Usaha Pada Tanggal 30 Mei 2021

Wawancara Dengan Kak Jalal Dan Kak Dimas Selaku Pemegang Di Tempat Lokasi Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy Yang Bertugas Dalam Bidang Pemasaran Digital Pada Tanggal 30 Januari 2021

Wijaya Hari ,Hani Sirine “Strategi Segmenting, Targeting Positioning serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap” *Asian Journal Of Innovation And Intrepreneurship* Vol.1 No.3 (2016).

Wulandari Wahyu W .*Strategi Pemasaran Susu Kaleo Di UMKM Brayat Manunggal*, (Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta ,Fakultas Pertanian ,2012).

Yunia Ika Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013),

Zuhairi. *Pedoman Penuisan Karya Ilmiah Edisi Revisi Cet 1* .(Jakarta :Rajawali Pers,2016).

# **Lampiran-Lampiran**



## Foto Dokumentasi Penelitian Di Lokasi Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy



Lokasi Usaha pengolahan susu kambing telaga rizqy ini berada di jalan sepat no.3.RT 27/RW 11 Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro Lampung.



Produk susu bubuk dengan kemasan 200 gram dengan rasa jahe harga 30000 rupiah



Tiga varian rasa ,jahe,gula aren dan rasa manis biasa Produk susu bubuk dengan



Produk susu cair dengan kemasan botol 250 mililiter dengan rasa melon coklat stroberi moka dan vanila dengan harga 13000 rupiah.



Susu murni bahan baku utama susu telaga rizqy hasil pemerahan dari kandangnya



Foto proses pemerahan susu kambing yang di lakukan oleh istri bapak winarko heri setiono



Proses pengolah produk susu kambing telaga rizqy yang di lakukan tahap penggorengan.



Kondisi kandang kambing ternak penghasil susu murni telaga rizqy di kelurahan yosodadi metro timur kota metro lampung



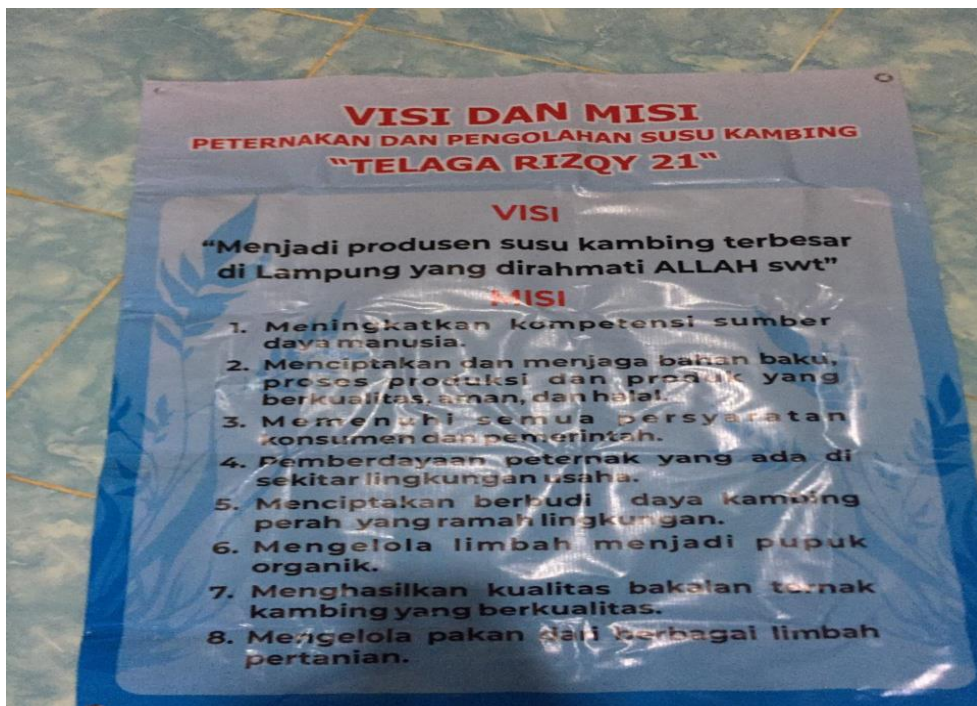
Dokumentasi wawancara dengan bapak winarko heri setiono



Dokumentasi wawancara dengan mas dimas mas jalal selaku pemegang di lokasi usaha beserta kak denina selaku anak bapak winarko heri setiono



Dokumentasi akhir wawancara kepada pemilik usaha susu kambing telaga rizqy di kelurahan yosodadi metro timur kota metro.



Visi dan misi usaha susu kambing telaga rizqy



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Yustina Wigati Jurusan/Prodi : FEBI/ESy  
NPM : 1602040169 Semester/TA : IX/2019/2020

| NO | Hari/Tgl             | Hal Yang Dibicarakan   | Tanda Tangan Dosen |
|----|----------------------|--|--------------------|
| 1. | Selasa/ 7. juli 2020 | Kalau sudah footnote jangan in note lagi<br>Referensi pilih dua saja & kebanyakan.<br>Manajemen ref ituin pedoman skripsi<br>Footnote nya jangan copas.<br>font sesuaikan. |                    |
| 2. | Kamis/ 16 juli 2020  | Acc.   |                    |

Dosen Pembimbing II,

**Nurul Mahmudah, M. H.**  
NIP.199302152018012003

Mahasiswa Ybs,

**Yustina Wigati**  
NPM.1602040169



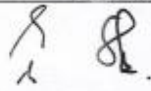






**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

**Nama Mahasiswa : Yustina Wigati      Jurusan/Prodi : FEBI/ESy**  
**NPM : 1602040169                      Semester/TA : IX/2019/2020**

| NO | Hari/Tgl          | Hal Yang Dibicarakan   | Tanda Tangan Dosen  |
|----|-------------------|--|---|
| 1. | Kamis / 27-8-2020 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apakah penulisan Menegemen seperti ini? penulisan di...</li> <li>- Untuk penulisan anajudul yang sudah kasus dst... diberi tanda kurung &amp; di awal kata ditulis dgn huruf Kapital.</li> <li>- Pengetihan untuk di awal paragraf berapa huruf? Lihat buku pedoman penulisan.</li> <li>- Jika menulis di awal kalimat harus menggunakan huruf Kapital.</li> <li>- Penulisan Foot Note tolong diperbaiki. Lihat mana yang harus ditulis dgn huruf besar.</li> </ul> | <br><br><br><br> |
| 2. | Jumat / 28-8-2020 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alur berpikir dalam Latar Belakang Masalah (LBM) seharusnya berangkat dari gambaran secara umum/ideal dahulu. Sedangkan dalam LBM yang dibuat belum menguraikan bagaimana pentingnya pengendalian mutu produk itu dengan menggunakan pendekatan SQC.</li> <li>- Antar Paragraf harus ada saling keterkaitan. jangan terkesan Dimping /Loncat.</li> </ul>  | <br><br>  |

Dosen Pembimbing 1,



**Suci Hayati, S.Ag.M.S.I**  
NIP.197703092003122003

- ini proposal misal perubahan fungsi Islam tapi tidak ada Saipun mencantumkan Mahasiswa Ybs, ayat al-Quran / hadits.



**Yustina Wigati**  
NPM.1602040169

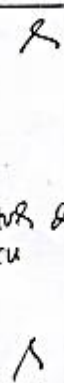


**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Yustina Wigati      Jurusan/Prodi : FEBI/ESy  
NPM : 1602040169      Semester/TA : IX/2019/2020

| NO | Hari/Tgl | Hal Yang Dibicarakan  | Tanda Tangan Dosen   |
|----|----------|---|--|
|    |          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Judul di akhir LBM disesuaikan dgn judul yg ada di SK</li> <li>- Foot Note hasil pra survey belum ada. Apa yang akan dijadikan data awal? Ada apa di lapangan sehingga menarik untuk diteliti?</li> <li>- Seharusnya Rumusan Masalah harus meracu pada judul yang dibuat.</li> <li>- Manfaat Penelitian cukup secara teoritis &amp; praktis.</li> <li>- Dalam penelitian Relevan, Urutan apa saja persamaan &amp; perbedaan dgn penelitian terdahulu.</li> <li>- Landasan Teori di buat sub judulnya dulu dgn langsung ke definisi.</li> <li>- Dalam Landasan Teori harus menggunakan variabel yang ada dalam judul. SQC belum nampak.</li> <li>- ketika mengutip menggunakan Foot Note bukan body note.</li> <li>- Dlm Landasan Teori skrg sub judul, berikan prolog &amp; setelah mengutip berikan narasi jangan terhasan memindah teori lalu kabur.</li> <li>- Coba dilihat dalam Landasan teori, yg mana yang akan digunakan untuk membedah pertanyaan yang pertama?</li> <li>- Setiap bab, penomoran Foot Note dimulai dari angka 1.</li> </ul> |  |

Dosen Pembimbing I, Nama Orang, tempat Kota Mahasiswa Ybs, tulis huruf Kapital diawal huruf.

- Setelah mengutip beri foot Note.
- Perbaiki penulisan Daftar Pustaka

**Suci Hayati, S.Ag.M.S.I**  
NIP.197703092003122003

**Yustina Wigati**  
NPM.1602040169



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

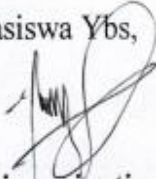
Nama Mahasiswa : Yustina Wigati Jurusan/Prodi : FEBI/ESy  
NPM : 1602040169 Semester/TA : ix /2019/2020

| NO | Hari/Tgl         | Hal Yang Dibicarakan            | Tanda Tangan Dosen |
|----|------------------|---------------------------------|--------------------|
| 3. | Kamis/15-10-2020 | - Ace Proposal untuk Diseminasi | SP                 |

Dosen Pembimbing I,

  
**Suci Havati, S.Ag. M.S.I**  
NIP.197703092003122003

Mahasiswa Ybs,

  
**Yustina wigati**  
NPM. 1602040169



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Yustina Wigati Jurusan/Prodi : FEBI/ESy  
NPM : 1602040169 Semester/TA : IX/2019/2020  
X/2020/2021

| NO | Hari/Tgl                | Hal Yang Dibicarakan  | Tanda Tangan Dosen |
|----|-------------------------|---|--------------------|
| 1  | Kamis, 26 November 2020 | Untuk kumutan masalah 1 ini<br>jadi 2 kumutan<br><br>Untuk pemilihan relevansi<br>seluruh tabel di deskripsikan<br>saya                               |                    |
| 2  | Senin, 30 November 2020 | Pendalaman sudah sama dengan<br>revisi proposal mak lansud<br>APD dan outline ya  |                    |
| 3  | Rabu, 2 Desember 2020   | APP ACC, outline koreksi.<br>Untuk outline hilangnya visi<br>misi, dalam APD<br>visi misi tetap di tanyakan<br>tapi itu jadi deskripsi dan<br>profil. |                    |
| 4  | Senin, 7 Desember 2020  | Maksudnya analisis susu ? kualitasnya yang<br>bagus seperti deskripsi umum tentang<br>susu.   |                    |
| 5  | Selasa, 8 Desember 2020 | ACC outline   |                    |

Dosen Pembimbing II,

Nurul Mahmudah, M. H.  
NIP.199302152018012003

Mahasiswa Ybs,

Yustina Wigati  
NPM. 1602040169



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI


Nama Mahasiswa : Yustina Wigati Jurusan/Prodi : FEBI/ESy  
NPM : 1602040169 Semester/TA : ix /2019/2020

| NO | Hari/Tgl               | Hal Yang Dibicarakan  | Tanda Tangan Dosen |
|----|------------------------|---|--------------------|
| 1. | Senin / 1 Febr' 2021   | - Seharusnya alur bimbingannya Outline sudah baru kemudian bab I, II & III. Baban<br>Sibidik<br>- Penulisan judul tolong diperhatikan (jangan dipensiliskan contra Kecamatan jangan ditulis Kec,<br>- Outline : - Bab II ; diperbaharui saja. Lihat coretan Saya.<br>- Bab IV ; perbaiki point B&C. | SP                 |
| 2. | Rabu / 3 - Febr' 2021  | - Bab II diperbaiki, sesuai catatan bimbingan<br>- Bab II ; (B) Etna Bisnis Islam dikembangkan.<br>- Bab II (C). dikembangkan.  | SP                 |
| 3. | Senin / 8 Febr' 2021   | - Ace outline   |                    |
| 4. | Jum'at / 19 - 3 - 2021 | - Tolong perbaiki penulisan yang masih berantakan / banyak yang SURUP. perhatikan <u>fi</u> , titik sama tolong diperhatikan, penulisan huruf kapital harap dipelajari kembali  | SP                 |

Dosen Pembimbing I,

  
Suci Havati, S.Pd., M.S.I  
NIP.197705012003122003

Mahasiswa Ybs,

  
Yustina wigati  
NPM. 1602040169



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Yustina Wigati Jurusan/Prodi : FEBI/ESy  
NPM : 1602040169 Semester/TA : ix /2019/2020

x/2020/2021

| NO | Hari/Tgl         | Hal Yang Dibicarakan  | Tanda Tangan Dosen |
|----|------------------|---|--------------------|
|    |                  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Dalam Latar Belakang Masalah alur berpikirnya → dalam gambaran umum seharusnya diawali dari Strategi pemasaran, apa pentingnya &amp; bagaimana tinjauan rta &amp; bisnis Islam.</li><li>- Bab II, setiap kali selesai mengutip diawali Narasi. (lihat coretan pembimbing)</li><li>- Sub bab bagian pemasaran harap lebih dikembangkan. Karena ini tema penting untuk membedakan data yang ada dalam skripsi ini.</li><li>- Sumber data primer apakah tidak perlu mengambil data pada pemberi ?</li><li>- Sumber data sekunder, sumber buku utama apa yg dipakai ?</li><li>- Dalam teknik wawancara → data apa yang akan dicari, observasi → melalui apinya ini apa yang akan dicari, dokumentasi → melalui apa dokumentasi ini.</li></ul> |                    |
| 5. | Rabu / 21-4-2021 | - Ace bab I, II, III.   | SP                 |
| 6. | Rabu / 19-5-2021 | - APD: Pertanyaan kepada pemilik Usaha  | SP                 |

Dosen Pembimbing I,

Suci Havati, S.Ag. M.S.I  
NIP.197703092003122003

Mahasiswa Ybs,

Yustina wigati  
NPM.1602040169



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Yustina Wigati      Jurusan/Prodi : FEBI/ESy  
NPM : 1602040169      Semester/TA : ix /2019/2020

2/2020 2021

| NO | Hari/Tgl         | Hal Yang Dibicarakan   | Tanda Tangan Dosen |
|----|------------------|--|--------------------|
| F. | Jumnt/ 21-5-2021 | Kata -kata siapa yang bertanggung jawab Akhapus Saja.<br>- Acc APD |                    |

Dosen Pembimbing I,

Suci Hayati, S.Ag., M.S.I  
NIP.197703092003122003

Mahasiswa Ybs,

Yustina wigati  
NPM. 1602040169



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Yustina Wigati      Jurusan/Prodi : FEBI/ESy  
NPM : 1602040169      Semester/TA : IX/2019/2020  
X/2020/2021

| NO | Hari/Tgl           | Hal Yang Dibicarakan   | Tanda Tangan Dosen |
|----|--------------------|--|--------------------|
| 1  | Rabu/3 Juni 2021   | <p>- Dalam gambaran umum lokasi penelitian. Telaah Razi ini termasuk UD atau CV? Coba dituliskan!</p> <p>- Untuk paragraf, dalam satu paragraf itu 5 baris jangan panjang-panjang gini perbaikan!</p> <p>- Untuk penulisan place di tulis miring perbaikan yang saya beri contoh merah.</p> <p>- Untuk ayatnya ini ada di landasan Teori tidak?</p> <p>- Kesimpulan terdiri rumusan masalah, R1 2 point berarti kesimpulan 1 kalau dua berarti untuk kesimpulan juga dua point</p> |                    |
| 2. | Sabtu/12 Juni 2021 | - Revisi perbaikan untuk paragrafnya lagi!   |                    |
| 3. | Senin/14 Juni 2021 | - ACC bab 9 dan 5.   |                    |

Dosen Pembimbing II,

Nurul Mahmudah M. H.  
NPM 1602040169

Mahasiswa Ybs,

Yustina Wigati  
NPM. 1602040169





KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Yustina Wigati Jurusan/Prodi : FEBI/ESy

NPM : 1602040169 Semester/TA : ix /2019/2020

x/2020/2021

| NO | Hari/Tgl           | Hal Yang Dibicarakan   | Tanda Tangan Dosen |
|----|--------------------|--|--------------------|
|    | Jum'at / 25-6-2021 | - lengkapi berkas ? / lampiran yang dibutuhkan<br>Ane skripsi untuk disidangkan. |                    |

Dosen Pembimbing I,

Suci Hayati, S.Ag. M.S.I  
NIP.197703092003122003

Mahasiswa Ybs,

Yustina wigati  
NPM. 1602040169



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 1538/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020  
Lampiran : -  
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

15 Juni 2020

Kepada Yth:

1. Suci Hayati, M.S.I
  2. Nurul Mahmudah, M.H
- di – Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Yustina Wigati  
NPM : 1602040169  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
Judul : Analisis Manajemen Pengendalian Mutu Produksi Melalui Pendekatan Statistical Quality Control (SQC) Study Pada Usaha Susu Kambing Telaga Rizky Di Desa Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro


Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
  - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b. Isi ± 3/6 bagian.
  - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan

  
MUHAMMAD SALEH



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-2148/In.28.3/D.1/PP.00.9/07/2020  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Pra Survey

Metro, 14 Juli 2020

Kepada Yth,  
Pemilik Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy  
di- Tempat


Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Yustina Wigati  
NPM : 1602040169  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah  
Judul : Analisis Manajemen Pengendalian Mutu Produksi Melalui Pendekatan Statistical Quality Control (SQC) Studi Pada Usaha Susu Kambing Telaga Risqy Di Desa Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro.

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I,

  
Drs. H. M. Saleh, MA  
NIP. 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id); e-mail: [febi.iain@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT TUGAS**

Nomor: 1507/ln.28/D.1/TL.01/05/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : YUSTINA WIGATI  
NPM : 1602040169  
Semester : 10 (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Usaha Pengolahan Susu Kambing Tlaga Rizqy, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING TELAGA RIZQY DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DI KELURAHAN YOSODADI KECAMATAN METRO TIMUR KOTA METRO".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 31 Mei 2021

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH  
NIP 19720611 199803 2 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1508/In.28/D.1/TL.00/05/2021  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Pemilik Usaha Pengolahan Susu  
Kambing Tlaga Rizqy  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1507/In.28/D.1/TL.01/05/2021,  
tanggal 31 Mei 2021 atas nama saudara:

Nama : **YUSTINA WIGATI**  
NPM : 1602040169  
Semester : 10 (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Usaha Pengolahan Susu Kambing Tlaga Rizqy, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING TELAGA RIZQY DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DI KELURAHAN YOSODADI KECAMATAN METRO TIMUR KOTA METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 31 Mei 2021  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Siti Zulaikha S.Ag, MH**  
NIP 19720611 199803 2 001

## **OUTLINE**

### **STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING TELAGA RIZQY**

#### **DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

**(Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro)**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**NOTA DINAS**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR TABEL**

**BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah

B. Rumusan masalah

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

D. Penelitian Relevan

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **A. Strategi Pemasaran**

#### **1. Pemasaran**

a. Konsep Pemasaran

b. Tujuan Pemasaran

#### **2. Strategi Pemasaran**

a. Segmentasi Pasar

b. Target Pasar

c. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

1) Produk (*Product*)

2) Harga (*Price*)

3) Tempat (*Place*)

4) Promosi (*Promotion*)

### **B. Etika Bisnis Islam**

1. Definisi Etika Bisnis

2. Definisi Etika Bisnis Islam

3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

### **C. Deskripsi Susu Kambing**

1. Definisi Susu

2. Definisi Susu Kambing

3. Manfaat Susu Kambing

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Dan Sifat Penelitian**

1. Jenis Penelitian

2. Sifat Penelitian

### **B. Sumber Data**

1. Sumber Data Primer

2. Sumber Data Sekunder

C. Tehnik Pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Observasi
3. Dokumentasi

D. Tehnik Analisis Data

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Usaha

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
2. Sejarah Singkat Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy
3. Visi Dan Misi Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy

B. Strategi Pemasaran Susu Kambing Telaga Rizqy

C. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Susu Kambing  
Telaga Rizqy.

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan

B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



Metro, 2 Desember 2020

Mahasiswa Ybs



Yustina Wigati

Npm:1602040169

Mengetahui,

Pembimbing I



Suci Hayati, S.Ag. M.S.I

NIP.197703092003122003

Pembimbing II



Nurul Mahmudah, MH

NIP.199302152018012003

**ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)**  
**STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING TELAGA RIZQY**  
**DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**  
**(Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro)**

**A. WAWANCARA (INTERVIEW)**

**1. PEMILIK USAHA.**

**a. Deskripsi Perusahaan**

- 1) Bagaimana Sejarah Berdirinya Usaha Susu Kmbing Telaga Rizqy?
- 2) Apa Visi Dan Misi Usaha Susu Kambing Telaga Rizqy?

**b. Fungsi Dan Strategi Pemasaran**

- 1) Bagaimanakah perkembangan usaha susu kambing telaga rizqy pada saat ini ?
- 2) Apa saja strategi pemasaran yang di lakukan pada saat ini?
- 3) Sejak kapan strategi pemasaran ini di lakukan?
- 4) Bagaimanakah hasil dari strategi pemasaran yang dilakuakan?

**c. Fungsi Penjualan**

- 1) Bagaimanakah cara mencari dan menentukan konsumen?
- 2) Tipe konsumen yang seperti apa yang menjadi tujuan usaha susu Kambing Telaga Rizqy ini?

**d. Analisis Bauran Pemasaran**

- 1) Produk
  - a) Apa saja jenis produk susu yang bapak miliki?
  - b) Bagaimanakah kualitas produk bapak?
  - c) Bagaimanakah daya tahan produk susu ini pak?

- d) Bagaimanakah jika produk susu yang bapak jual ini terjadi mistruk atau rusak ?
- e) Bagaimanakah cara menentukan jumlah persediaan produk?
- f) Apa yang bapak lakukan jika produk susu yang di pesan konsumen pada saat itu tidak tersedia?

2) Harga

- a) Bagaimana Cara Menentukan Harga Produk Yang Akan Di Jual Pak?
- b) Bagaimana Sistem Pembayaran Dari Konsumen Kepada Bapak?

3) Promosi

- a) Bagaimanakah Cara Menentukan Promosi Penjualan ?
- b) Apa saja media promosi yang di lakukan pada saat ini?
- c) Seberapa efektif promosi penjualan yang di lakukan pada saat ini?

4) Tempat-Distribusi

- a) Bagaimana alur pemesanan barang dari konsumen kepada bapak?
- b) Bagaimana pengiriman barang dari bapak hingga sampai ke konsumen?
- c) Berapa lama waktu yang di butuhkan dalam mengirim barang?
- d) Apa saja yang mempengaruhi proses pengiriman barang?
- e) Bagaimana cara bapak dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen?
- f) Apakah pernah ada komplain dari konsumen baik dari produk ataupun pengiriman?
- g) Apa yang bapak lakukan terhadap komplain tersebut?

Metro, 02 Desember 2020

Mahasiswa Ybs



Yustina Wigati

Npm:1602040169

Mengetahui,

Pembimbing I



Suci Hayati, S.Ag. M.S.I

Nip.197703092003122003

Pembimbing II



Nurul Mahmudah, MH

Nip.199302152018012003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

---

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

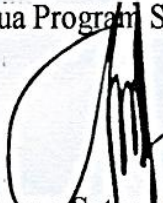
Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : YUSTINA WIGATI  
NPM : 1602040169  
Jurusan : S1 Ekonomi Syariah  
Judul : STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING TELAGA RIZQY DI  
TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan  
Metro Timur Kota Metro)  
Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari “Naskah Skripsi” dengan menggunakan aplikasi *Turnitin Score 22%*.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 28 Juni 2021  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

  
**Dharma Setvawan, MA**  
NIP. 19880529 201503 1 005

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Yustina wigati di lahirkan di Buminabung Ilir Kecamatan Buminabung Lampung Tengah. Pada tanggal 18 juni 1997. Anak ke 4 (empat) dari empat bersaudara putri bapak Yulianto Dan Ibu Yahmini.

Riwayat pendidikan Pada tahun 2010 menyelesaikan pendidikan di SDN 03 Buminabung Ilir Kecamatan Buminabung Lampung Tengah. Tahun 2013 menyelesaikan pendidikan di MTs Ma'arif 05 Buminabung Lampung Tengah. Tahun 2016 menyelesaikan pendidikan di MA Ma'arif 14 Buminabung Lampung Tengah. Tahun ajaran 2016 melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dengan Jurusan Ekonomi Syariah hingga sampai pada saat ini.