

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN PETERNAKANAYAM PETELUR  
DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PETERNAK  
DI DESA NEGARA BATIN KECAMATANJABUNG**

Oleh:  
**SETIAWAN JAYA SAPUTRA**  
NPM. 1704040159



**Jurusan : Ekonomi Syariah**  
**Fakultas : Ekonomi Bisnis dan Islam (FEBI)**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**  
**METRO LAMPUNG**  
**1444 H/2022 M**

**STRATEGI PEMASARAN PETERNAKAN AYAM PETELUR  
DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PETERNAK  
DI DESA NEGARA <sup>BATIN</sup> KECAMATAN JABUNG**

Diajukan Untuk memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar SE

Oleh:  
SETIAWAN JAYA SAPUTRA  
NPM. 1704040159

Pembimbing : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I

Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi Bisnis dan Islam (FEBI)

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
METRO LAMPUNG  
1444 H/2022 M**

## PERSETUJUAN

Judul Skripsi	<b>STRATEGI PEMASARAN PERTERNAKAN AYAM PETELUR DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PETERNAK DI DESA NEGARA BATIN</b>
Nama	Setiawan Jaya Saputra
NPM	1704040159
Jurusan	Ekonomi Syariah (ESY)
Fakultas	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

## DISETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 30 Juni 2022  
Pembimbing



**Ani Nurul Imtihanah, M.S.I**

**NIDN. 2019069002**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 ; faksimili (0725) 47296;

Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor: B-2788/In.28.3/D/PP.00.9/09/2022...

Skripsi dengan judul: STRATEGI PEMASARAN PETERNAKAN AYAM PETELUR DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PETERNAKDI DESA NEGARA BATIN KECAMATAN JABUNG, disusun oleh Setiawan Jaya Saputra. NPM. 1704040159, Jurusan Ekonomi Syariah (ESy), telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin, 18 Juli 2022

**TIM MUNAQOSYAH**

Ketua / Moderator	: Ani Nurul Imtihanah, M.S.I	(.....)
Penguji I	: Selvia Nuriasari, M.E.I	(.....)
Penguji 2	: Thoyibatun Nisa, M.Akt	(.....)
Sekretaris	: Misfi Laili Rohmi, M.Si	(.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum.

NIP: 196208121998031001

## NOTA DINAS

Nomor  
Lampiran : I (Satu) Berkas  
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyahkan

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
di  
Metro

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka proposal penelitian yang telah disusun oleh :

Nama : **Setiawan Jaya Saputra**  
NPM : 1704040159  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Yang berjudul : **STRATEGI PEMASARAN PERTERNAKAN AYAM  
PETELUR DALAM MENINGKATKAN  
KESEJAHTERAAN PETERNAK DI DESA NEGARA  
BATIN**

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Metro, 30 Juni 2022  
Pembimbing



**Ani Nurul Imtihanah, M.S.I**  
NIDN. 2019069002

## ABSTRAK

### **STRATEGI PEMASARAN PETERNAKAN AYAM PETELUR DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PETERNAK DI DESA NEGARA BATIN KECAMATANJABUNG**

Oleh:

Setiawan Jaya Saputra

Agribisnis merupakan salah satu sektor dalam melakukan kegiatan perekonomian yang berbasis pada usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya. Kegiatan dalam sektor agribisnis meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil serta pemasaran yang termasuk di dalamnya peternakan ayam. Telur ayam merupakan suatu komoditas yang banyak dikonsumsi karena kaya akan nutrisi serta sangat mudah diperoleh di kios-kios. Kebutuhan pasar terhadap telur yang semakin meningkat, disertai dengan lokasi yang strategis menjadikan sebuah peluang untuk mengembangkan usaha peternakan ayam ras petelur khususnya di desa Negara Batin. Sedangkan ancaman yang sampai saat ini masih dikhawatirkan oleh sebagian besar peternak ayam ras petelur adalah fluktuasi harga pada telur.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran peternakan ayam petelur di Desa Negara Batin dan bagaimana peningkatan pendapatan peternak ayam petelur di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung Kabupaten Lampung Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peningkatan dan menganalisis pendapatan peternakan ayam petelur di Desa Negara Batin. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dan bersifat deskriptif kualitatif. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan berfikir induktif.

Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan oleh peternak didesa Negara batin ada yang mengurangi harga telur untuk menarik minat konsumen dan juga beberapa peternak ayam petelur ada yang menggunakan media digital aplikasi facebook untuk mempromosikan dan menjual telur hasil produksi mereka karena mudah digunakan dan tidak memerlukan modal yang besar serta cakupannya luas sehingga berdampak baik untuk omset penjualan, dan masih ada yang menjual dengan cara memasarkan kewarung secara langsung. Sedangkan peningkatan pendapatan peternak ayam petelur di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung Kabupaten Lampung Timur, mendapatkan peningkatan pendapatan dari hasil berternak ayam petelur, dari pendapatan tersebut peternak ayam petelur dapat mencukupi kebutuhan keluarga dan kebutuhan lainnya.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Peternakan Ayam Petelur dan Kesejahteraan.**

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Setiawan Jaya Saputra

NPM : 1704040159

Program Studi : Ekonomi Syariah

Jurusan : Ekonomi Bisnis dan Islam (FEBI)

Menyatakan bahwa tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagia tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 30 Juni 2022

Peneliti,



Setiawan Jaya Saputra

NPM. 1704040159

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۲۹

*“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

Al-Qur'an [4] : 29

## HALAMAN PERSEMBAHAN



Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayahnya, maka dari lubuk hati yang paling dalam skripsi ini peneliti persembahkan kepada :

1. Ayahanda Sudirman dan ibunda Halijah yang sangat peneliti sayangi, yang tanpa kenal lelah memberikan kasih sayang, mendo'akan, motivasi serta dukungan demi keberhasilan penulis.
2. Adik ku Suhaili Jupri, Tri Riska Damayanti, yang selalu memberikan do'a dan dukungan untuk keberhasilan peneliti.
3. Rekan-rekan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017.
4. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE), pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam (FEBI) di Institut Agama Islam Negeri.

Dalam usaha penyelesaian skripsi ini, Penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M. Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setyawan, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Ani Nurul Imtihanah, M.S. selaku pembimbing, yang telah memberikan bimbingan sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Namun peneliti menyadari, bahwa penyusunan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan, karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk kesempurnaannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri dan bagi para pembaca pada umumnya.

Metro, 01 Juni 2022  
Penulis



**Setiawan Jaya Saputra**  
NPM.1704040159

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINILITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
D. Penelitian yang Relevan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
A. Strategi Pemasaran .....	9
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	9
2. Pemasaran Ayam Petelur .....	10
3. Tujuan dan Manfaat strategi pemasaran .....	14
4. Jenis-jenis Strategi Pemasaran .....	16
5. Strategi Bauran Pemasaran .....	19
B. Kesejahteraan Peternak .....	25
1. Pengertian Kesejahteraan .....	25

2. Prinsip dan faktor kesejahteraan .....	26
3. Indikator Kesejahteraan .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Sifat dan Jenis Penelitian .....	30
1. Jenis Penelitian .....	30
2. Sifat Penelitian .....	30
3. Sumber Data.....	31
B. Tehnik Pengumpul Data .....	32
C. Tehnik Penjamin Keabsahan Data .....	34
D. Metode Analisis Data .....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	36
B. Strategi Pemasaran Peternakan Ayam Petelur di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung.....	40
C. Analisis Strategi Pemasaran Ayam Petelur di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung.....	48
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>51</b>
A. Kesimpulan .....	51
B. Saran .....	52

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
Gambar 4.1	Mekanisme Penerapan Diskon Pada Fitur Promo Bagi Merchant Seblak Indoleta .....	38

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### **Lampiran**

Lampiran 1	Dokumentasi Wawancara
Lampiran 2	Daftar Harga Telur Pinsar
Lampiran 3	SK Pembimbing Skripsi
Lampiran 4	APD dan Outline
Lampiran 5	Formulir Konsultasi Bimbingan
Lampiran 6	Surat Keterangan Lulus Plagiasi
Lampiran 7	Surat Izin Research
Lampiran 8	Surat Tugas
Lampiran 9	Surat Keterangan Bebas Pustaka
Lampiran 10	Daftar Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Agribisnis merupakan salah satu sektor dalam melakukan kegiatan perekonomian yang berbasis pada usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya. Kegiatan dalam sektor agribisnis meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil serta pemasaran yang termasuk di dalamnya peternakan ayam. Telur ayam merupakan suatu komoditas yang banyak dikonsumsi karena kaya akan nutrisi serta sangat mudah diperoleh di kios-kios.<sup>1</sup>

Harga yang terjangkau menjadikan produk ayam petelur atau unggas pada umumnya memiliki peluang yang baik di pasaran, karena sudah merupakan barang publik yang mudah didapat dan sudah dikenal oleh masyarakat umum, sehingga keadaan ini sangat baik untuk dimanfaatkan oleh peternak ayam petelur untuk lebih memberdayakan peternak ayam petelur di pedesaan agar lebih optimal.

Pemasaran tidak terlepas dari istilah *marketing mix* (bauran pemasaran). Bauran pemasaran adalah sebuah peta ide dari strategi pemasaran yang perlu dipikirkan oleh perusahaan untuk mewujudkan strategi pembeda

---

<sup>1</sup>M. Fajar Trisna Kurniawan, "Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Petelur di Kabupaten Tabanan" 1, no. 2 (2013): 54.

yang telah ditentukan, yang terdiri dari 4 P (*Product, Place, Promotion and Price*).<sup>2</sup>

Sedangkan ancaman yang sampai saat ini masih dikhawatirkan oleh sebagian besar peternak ayam ras petelur adalah fluktuasi harga pada telur. Harga telur berfluktuasi sesuai dengan kondisi pasar, banyak dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran. Banyak faktor penyebab terjadinya fluktuasi harga diantaranya adalah sifat penawaran yang selalu berubah, dan produksi yang tidak dapat dihentikan sewaktu-waktu.<sup>3</sup>

Keberhasilan suatu peternakan ayam petelur sangat ditentukan oleh pemasaran. Produksi utama dari peternakan ayam petelur adalah telur, sedangkan daging adalah produksi sampingannya berupa ayam afkir. Ayam afkir adalah ayam tua umur sekitar 100 minggu dan produksinya sudah tidak menguntungkan secara ekonomis.<sup>4</sup>

Dalam menunjang agribisnis peternakan ayam petelur di Kabupaten Lampung Timur agar sesuai dengan harapan, maka dibutuhkannya perhatian khusus dari pemerintah, pada khususnya Dinas Peternakan untuk melaksanakan pembinaan yang berkelanjutan terhadap peternak untuk meningkatkan keterampilan dalam beternak dan meningkatkan kualitas SDM untuk menghasilkan produk yang berkualitas, selain itu peternak juga bisa mengetahui atau menyampaikan kondisi terkini pada usaha peternakannya,

---

<sup>2</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabet, 2007), 201.

<sup>3</sup>Agung Dwi Cahyo, "Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Ras Petelur Di Kabupaten Kediri," *Magister Agribisnis* 19, no. 02 (2019): 6.

<sup>4</sup>I Nyoman Padma Widyantara1, "Analisis Strategi Pemasaran Telur ayam," ed. oleh I Gusti Agung Ketut Sri Ardani 2 6, no. 7 (2017): 3768.



sehingga dapat terhindar dari adanya kerugian akibat penyakit unggas dan menjaga kelangsungan perkembangan usahanya agar bisa berkelanjutan.<sup>5</sup>

Perlu adanya strategi yang diterapkan oleh peternak dalam mengantisipasi penurunan permintaan telur. Strategi tersebut dapat dibangun dari dalam lingkungan peternakan maupun dari luar lingkungan peternakan. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dikaji bagaimana keberlanjutan usaha ternak ayam ras petelur dengan adanya perubahan- perubahan, baik dari segi biaya produksi maupun harga jual, serta strategi apa yang dapat diterapkan pada usaha ternak ayam ras petelur di Desa Negara Batin kecamatan Jabung Kabupaten Lampung Timur agar dapat tetap bertahan dan berkembang.

Berdasarkan penelitian awal yang dilakukan peneliti kepada peternak yang ada di desa Negara batin yaitu bapak Lekok dan bapak Erwin. Adapun yang pertamakali memulai berternak ayam petelur di desa Negara batin yaitu bapak Lekok. Bapak Lekok adalah peternak pertama yang ada didesa Negara batin yang mulai beternak pada pertengahan tahun 2017 yang memiliki 1000 ekor ayam petelur, pada awal pemasaran hasil produksi telurnya bapak Lekok tidak terlalu sulit untuk menjual hasil produksinya di karenakan disaat itu belum ada peternak ayam petelur didesa Negara batin, walaupun di desa Negara batin sudah ada agen-agen dari luar desa yang memasok telur namun bapak Lekok tidak mengalami kesulitan dalam menjual hasil produksi telurnya, karena banyak masyarakat sekitar yang datang membeli telur hasil produksinya karena di anggap lebih murah karenamembeli dari peternaknya

---

<sup>5</sup>M. Fajar Trisna Kurniawan dan Dwi Putra Darmawan, "Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Petelur di Kabupaten Tabanan," *Jurnal Manajemen Agribisnis* 1, no. 2 (2013): 54.

langsung, banyak juga masyarakat membeli disaat ada acara tertentu seperti keperluan hajatan. Adapun strategi yang digunakan oleh bapak Lekok yaitu dengan cara memberikan harga dibawah harga pada umumnya untuk menarik minat pelanggan. Bapak Lekok juga berkerja sama atau mengambil telur dari peternak lain untuk mencukupi permintaan pelanggannya. Untuk penjualannya bapak Lekok mengumpulkan hasil produksi telurnya dirumah agar memudahkan penjualannya agar pelanggannya tidak harus datang ke kandangya langsung.<sup>6</sup>

Seiringnya waktu mulai banyak yang melirik untuk beternak ayam petelur di desa Negara Batin kecamatan Jabung diantaranya bapak Erwin yang memulai berternak ayam petelur pada akhir tahun 2019 beliau juga memiliki 1000 ekor ayam petelur. Diawal memulai perternakan ayam petelu bapak Erwi belum mempunyai pelanggan tetap jadi beliau menjual atau memasarkan telur hasil produksi kadangkala dengan menawarkan ke warung-warung didesa Negara batin beliau juga menjual hingga ke desa tetangga agar mendapatkan banyak pelanggan. Untuk strategi yang digunakan oleh bapak Erwin dalam penjualan beliau lebih mengutamakan kualitas telurnya yaitu dengan cara merawat ayam dengan cara tertentu untuk menjaga kualitas telur yang dihasilkan. Untuk harga bapak Erwin berbedan dengan bapak Lekok yang mengurangi harga agar dapat menarik minat pelanggannya, sedangkan bapak Erwin lebih menjaga harga agar tidak kehilangan pelanggan karena harga yang

---

<sup>6</sup>Lekok, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur, 26 Februari 2022.

saya berikan kemahal jadi agar hal tersebut tidak terjadi saya mengikuti harga pada umumnya.<sup>7</sup>

Pada dasarnya setiap manusia mampu berdiri sendiri dengan usahanya dalam bertahan hidup. Usaha dalam bertahan hidup itu diantaranya dengan membuka sendiri lahan usaha baru untuk ditekuni atau dengan menekuni usaha yang lama dan berfikir kreatif untuk mengembangkan usaha yang sudah ada. Dengan mempertimbangkan segala sesuatunya, termasuk ketersediaan sarana dan prasarana yang menunjang, yang tidak hanya diciptakan oleh kita, tetapi untuk mempermudah dilihat dari aspek lingkungan.

Kesejahteraan dapat dikatakan sebagai suatu kondisi ketika seluruh kebutuhan manusia terpenuhi. Terpenuhinya kebutuhan manusia dari kebutuhan yang bersifat paling dasar seperti makan, minum, dan pakaian hingga kebutuhan untuk diakui dalam kehidupan masyarakat adalah salah satu hal mendasar yang mampu membuat manusia merasakan kesejahteraan.

Dari penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk menelitinya lebih lanjut. Penelitian ini berjudul “Strategi Pemasaran Ayam Petelur dalam Meningkatkan Kesejahteraan Peternak di desa Negara Batin Kecamatan Jabung.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Adanya latar belakang seperti diuraikan di atas maka dapat ditentukan beberapa rumusan masalah sebagai berikut.

---

<sup>7</sup>Erwin, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur, 26 Februari 2022.

1. Bagaimana strategi pemasaran peternakan ayam petelur di desa Negara Batin.
2. Bagaimana peningkatan pendapatan peternak ayam petelur di desa Negara Batin.

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis strategi pemasaran peternakan ayam petelur di desa Negara Batin.
- b. Untuk mengetahui peningkatan pendapatan peternak ayam petelur di desa Negara Batin.
- c. Adapun manfaat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

##### 1) Kegunaan Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan sekaligus panduan bagi peneliti berikutnya dan dalam melakukan kajian terhadap fokus permasalahan yang sama pada penelitian berikutnya juga dengan menggunakan metode yang sama pula. Hasil ini penulis harap dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan.

##### 2) Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan kebijakan dan pengembangan usaha oleh peternak dan motivasi bagi peneliti untuk terus belajar dan mengembangkan wawasan pengetahuan.

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

Setelah peneliti menentukan judul yang ingin diteliti, langkah awal yang peneliti lakukan adalah membaca skripsi yang ada di perpustakaan IAIN Metro untuk menghindari kesamaan judul antara judul yang penulis teliti dengan judul yang telah diteliti sebelumnya penelitian tersebut antara lain:

1. Firda Wati, “Analisis Sosial Ekonomi Dan Tingkat Kesejahteraan Di Kabupaten Lampung Barat Dalam Perpektif Ekonomi Islam”. Penelitian mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019. Penelitian ini menggunakan jeni penelitian kualitatif deskriptif dengan sumber data primer yang diperoleh dari hasil observasi langsung menyebarkan kuisisioner kepada responden, selain itu juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Barat.<sup>8</sup>
2. Feri Anzari, “Sistem Pemasaran Usaha Ayam Ras Petelur Ditinjau dari Ekonomi Islam di desa Jenggalu Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma”. Penelitian mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2019. Tinjauan ekonomi Islam terhadap sistem pemasaran ayam ras petelur di Desa Jenggalu Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma adalah pelaku usaha ayam ras petelur sudah memiliki kepribadian yang baik dan spiritual (takwa). Pelaku usaha juga dalam melakukan pemasaran tidak semata-mata untuk kepentingan sendiri melainkan juga untuk kepentingan bersama yaitu

---

<sup>8</sup> Firda Wati, Analisis Sosial Ekonomi Dan Tingkat Kesejahteraan Di Kabupaten Lampung Barat Dalam Perpektif Ekonomi Islam skripsi: UINRIL, 2019

kepentingan konsumen dan juga kepentingan keluarga pengusaha. Terdapat pelaku usaha yang adil dalam berbisnis dimana dalam berbisnis, sikap adil akan mendekatkan pelakunya pada nilai ketaqwaan<sup>9</sup>.

3. Upit Mawar Dani, “Pengaruh Pemasaran Produk Makanan dan Minuman Terhadap Minat Beli Konsumen”. Penelitian mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2014. Pemasaran memberikan pengaruh yang nyata terhadap minat beli konsumen, yang berarti pemasaran yang diterapkan Green Cafe memberikan pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Semakin banyak pemasaran yang diterapkan maka semakin tinggi pula minat beli konsumen.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Feri Anzari, Sistem Pemasaran Usaha Ayam Ras Petelur Ditinjau dari Ekonomi Islam di Desa Jenggalung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Skripsi: IAIN Bengkulu, 2019

<sup>10</sup>Upit Mawar Dani, Pengaruh Pemasaran Makanan dan Minuman Terhadap Minat Beli Konsumen Skripsi: IAIN Metro, 2014

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

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

##### **1. Pengertian Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>1</sup>

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Dalam strategi pemasaran, ada tiga faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran yaitu :

- a. Daur hidup produk. Strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup, yaitu tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.
- b. Posisi persaingan perusahaan di pasar. Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.

---

<sup>1</sup>Farida Yulianti dan Lamsah, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 1.

c. Situasi ekonomi. Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.<sup>2</sup>

Definisi strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisis pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.<sup>3</sup>

## 2. Pemasaran Ayam Petelur

Kebutuhan pasar terhadap telur yang semakin meningkat, disertai dengan lokasi yang strategis menjadikan sebuah peluang untuk mengembangkan usaha peternakan ayam ras petelur khususnya di desa Negara Batin. Sedangkan ancaman yang sampai saat ini masih dikhawatirkan oleh sebagian besar peternak ayam ras petelur adalah fluktuasi harga pada telur.

Harga telur berfluktuasi sesuai dengan kondisi pasar, banyak dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran. Banyak faktor penyebab terjadinya fluktuasi harga diantaranya adalah sifat penawaran yang selalu berubah, produksi yang tidak dapat dihentikan sewaktu-waktu, serta permintaan yang bersifat musiman.<sup>4</sup> Hal yang harus dilakukan untuk pengembangan ayam ras petelur adalah pembuatan strategi baru untuk pengembangan usaha peternakan ayam ras petelur.

---

<sup>2</sup>Farida Yulianti dan Lamsah, 8.

<sup>3</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 2007, 195.

<sup>4</sup>Agung Dwi Cahyo, "Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Ras Petelur Di Kabupaten Kediri," 6.



Dalam usaha Peternakan Ayam Ras Petelur strategi yang di dapat yaitu dengan megunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman dengan langkah strategi:

- a. Peningkatan atau menjaga peroduksi agar tetap setabil dengan melalui pengendalian dan pengawasan terhadap hama atau penyakit ternak
- b. Melakukan diversifikasi (penganekaragaman)
- c. Apabila kualitas atau peroduksi yang di hasilkan tetap stabil maka yang dilakukan adalah dengan peningkatan kapasitas produksi ayam.
- d. Pendapatan modal yang sangat cepat dapat meningkatkan populasi menjadi lebih besar.<sup>5</sup>

Subsistem agribisnis peternakan ayam ras petelur meliputi penanganan hasil produksi dan pemasaran. Dalam suatu sistem agribisnis, nilai tambah komoditi yang paling besar terdapat pada agribisnis hilir di luar budidaya ternak dan sangat potensial dikembangkan.

- a. Penanganan Hasil Produksi Telur Ayam

Subsistem penanganan hasil telur ayam merupakan produk peternakan yang paling banyak diserap pasar. Kebutuhan masyarakat akan telur setiap tahun mengalamipeningkatan. Dalam melaksanakan penanganan hasil ayam ras petelur yang dipelihara khusus untuk menghasilkan telur konsumsi, tidak terlalu dipermasalahkan oleh peternak di daerah penelitian, karena telur yang dihasilkan setiap hari cukup disimpan di rak telur dengan posisi penyimpanan telur yang benar

---

<sup>5</sup>Agung Dwi Cahyo, 6-7.

(bagian yang runcing di bawah) dan disimpan pada suhu yang tidak lembab dapat mempertahankan masa penyimpanan telur sebelum dijual pada pedagang besar yang kemudian menjual telur tersebut kepada konsumen.

#### b. Sistem Pemasaran

pemasaran merupakan aktivitas untuk menyampaikan produk peternakan kekonsumen akhir.<sup>6</sup> Pemasaran merupakan proses kegiatan menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Pemasaran merupakan puncak dari kegiatan ekonomi dalam agribisnis peternakan. Subsystem pemasaran dari agribisnis peternakan ayam ras petelur yakni kegiatan-kegiatan untuk memperlancar pemasaran komoditas peternakan berupa telur segar.

Peternak yang telah menghasilkan produk menginginkan telur-telur yang dihasilkannya diterima oleh konsumen. Kegiatan pemasaran yang termasuk di dalamnya adalah kegiatan distribusi untuk memperlancar arus komoditas dari sentral produksike sentral konsumsi, informasi pasar, penyimpanan, pengangkutan, penjualan, dan promosi.

#### c. Menjaga Kestabilan Harga

Informasi pasar yang dikumpulkan bukan hanya perubahan harga telur yang terjadi, melainkan juga jenis dan kualitas produk yang diinginkan konsumen, lokasi penjualan telur yang memberikan peluang

---

<sup>6</sup>Darwin Tobaol, "Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras di kota Manado," *Zootec* 38, no. 2 (2018): 243.

lebih baik, serta kebutuhan konsumen terhadap produk telur yang dihasilkan.

Manfaat yang diperoleh dari pengumpulan informasi pasar yang dilakukan oleh peternak adalah peternak mengetahui dengan jelas jenis dan kualitas produk yang diinginkan konsumen, mengetahui cara pemasaran yang baik agar volume penjualan telur dapat ditingkatkan, dan peternak dapat mengetahui tindakan-tindakan perbaikan yang akan dilakukan agar pelanggan tetap serta jumlahnya dapat ditingkatkan.

Pemasaran telur yang paling penting adalah pihak produsen memiliki kekuatan menentukan harga secara layak. Harga jual telur banyak ditentukan oleh mutu telur. Semakin baik mutu telur yang dihasilkan, semakin tinggi harga penjualan telur yang akan diterima.

Saluran pemasaran telur yang biasa dilakukan oleh lembaga pemasaran di desa Negara Batin Kecamatan Jabung Kabupaten Lampung Timur umumnya menggunakan tiga macam saluran, yaitu : Peternak produsen, pedagang besar, pengecer, konsumen. Pola saluran ini biasa dipilih oleh peternakan ayam ras skala besar yang langsung membawa telurnya keluar daerah. Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional.

Disini, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer, pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

### 3. Tujuan dan Manfaat Strategi Pemasaran

#### a. Tujuan Strategi Pemasaran

Buchari Alma mengemukakan tentang tujuan strategi pemasaran sebagai berikut:

- 1) Untuk mencari keseimbangan pasar, antara buyer's market dan seller's market, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dan produsen ke konsumen, dari pemilik barang dan jasa ke calon konsumen.
- 2) Tujuan pemasaran yang utama ialah memberi kepuasan kepada konsumen. Tujuan pemasaran bukan komersial atau mencari laba. Tapi tujuan pertama ialah memberi kepuasan kepada konsumen, Dengan adanya tujuan memberi kepuasan ini, maka kegiatan marketing meliputi berbagai lembaga produsen.<sup>7</sup>

Jika konsumen merasa puas, maka masalah keuntungan akan datang dengan sendirinya. Produsen akan memetik keuntungan secara terus menerus, sebagai hasil dari memberi kepuasan kepada konsumennya. Selanjutnya dapat dipahami bahwa tujuan akhir pemasaran adalah membantu organisasi mencapai tujuannya. Tujuan utama dalam perusahaan adalah mencari laba. Sedangkan tujuan lainnya adalah mendapatkan dana yang memadai untuk melakukan aktivitas-aktivitas sosial dan pelayanan public.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2004), 5.

<sup>8</sup>Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 6.

### 3) Manfaat Strategi Pemasaran

Menurut William J. Shultz, fungsi pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan dalam bisnis yang terlibat dalam menggerakkan barang dan jasa dari produsen sampai ke tangan konsumen. Dalam konsep fungsi pemasaran mengklasifikasikan fungsi-fungsi pemasaran atas tiga fungsi dasar yaitu; fungsi transaksi melalui transfer meliputi: pembelian dan penjualan; fungsi supply fisik (pengangkutan dan penggudangan atau penyimpanan); dan fungsi penunjang (penjagaan, standarisasi dan grading, financing, penanggungan resiko dan informasi pasar).<sup>9</sup>

Adapun fungsi-fungsi pemasaran adalah :

- 1) Pembelian (Buying) ialah fungsi yang mengikuti aktivitas-aktivitas mencari dan mengumpulkan barang-barang yang di perlukan sebagai persediaan memenuhi kebutuhan konsumen. Fungsi ini pada dasarnya merupakan proses atau kegiatan mencari penjual dan merupakan tibal balik dari kegiatan penjualan (Selling). Untuk itu maka, sangat perlu dipahami kegiatan apa saja yang dapat mengakibatkan orang melakukan pembelian.
- 2) Penjualan (Selling) Mencakup aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk mencari calon pembeli produk yang ditawarkan dengan harapan dapat menguntungkan. Kegiatan penjualan merupakan lawan dari

---

<sup>9</sup>Assauri S, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali, 1993), 19.

pembelian. Buying tidak akan terjadi tanpa selling demikian pun sebaliknya.

- 3) Transportasi adalah proses pendistribusian atau pemindahan barang dari suatu tempat ke tempat yang lain.
- 4) Penggudangan/penyimpanan ialah fungsi penyimpanan produk yang dibeli sebagai persediaan agar terhindar dari resiko kerusakan maupun resiko lainnya.
- 5) Informasi Pasar Poin ini merupakan fungsi pemasaran yang luas dan penting, karena fungsi ini memberikan informasi tentang situasi perdagangan pada umumnya yang berhubungan dengan produk, harga yang inginkan konsumen dan situasi pasar secara menyeluruh. Menurut Sofjan Assauri yang dimaksudkan dengan informasi adalah keterangan baik berupa data atau fakta maupun hasil analisa, pertimbangan atau pandangan dari yang menyampaikan mengenai kondisi yang berkaitan dengan kebutuhan dalam pengambilan keputusan.<sup>10</sup>

#### **4. Jenis-jenis Strategi Pemasaran**

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.<sup>11</sup> Jenis-jenis strategi pemasaran, banyak organisasi menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika dijalankan terlalu jauh.

---

<sup>10</sup>Assauri S, 303.

<sup>11</sup>Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 33.

Di perusahaan yang besar dan terdiversifikasi, strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yang berlainan menjalankan strategi yang berbeda. Juga, organisasi yang berjuang untuk tetap hidup mungkin menggunakan gabungan dari sejumlah strategi defensif, seperti divestasi, likuidasi, dan rasionalisasi biaya secara bersamaan. Jenis-jenis strategi pemasaran adalah sebagai berikut :

- a. Strategi Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok atau pesaing.
- b. Strategi intensif penetrasi pasar dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.
- c. Strategi Diversifikasi terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.
- d. Strategi defensif disamping strategi integrative, intensif, dan diversifikasi, organisasi juga dapat menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi. Rasionalisasi biaya, terjadi ketika suatu

organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dana untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Kadang disebut sebagai strategi berbalik (turn around) atau reorganisasi, rasionalisasi biaya dirancang untuk memperkuat kompetensi pembeda dasar organisasi. Selama proses rasionalisasi biaya, perencana strategi bekerja dengan sumber daya terbatas dan menghadapi tekanan dari para pemegang saham, karyawan dan media. Divestasi adalah menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akuisisi atau investasi strategis lebih lanjut. Divestasi dapat menjadi bagian dari strategi rasionalisasi biaya menyeluruh untuk melepaskan organisasi dari bisnis yang tidak menguntungkan, yang memerlukan modal terlalu besar, atau tidak cocok dengan aktivitas lainnya dalam perusahaan. Likuidasi adalah menjual semua aset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut. Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan akibatnya bisa merupakan strategi yang secara emosional sulit dilakukan. Oleh karena itu lebih baik berhenti beroperasi daripada terus menderita kerugian dalam jumlah besar.

- e. Strategi umum menurut Porter, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Porter menamakan ketiganya strategi umum. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka



terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen 31 yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.<sup>12</sup>

## 5. Strategi Bauran Pemasaran

Pemasaran terdapat strategi pemasaran yang disebut bauran pemasaran (marketing mix) yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Elemen-elemen bauran pemasaran terdiri dari semua variabel yang dapat dikontrol perusahaan untuk dapat memuaskan para konsumen. Pengertian bauran pemasaran menurut Alma "Marketing mix merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendapatkan hasil yang paling memuaskan.<sup>13</sup> Menurut Zeithaml dan Bitner "Bauran pemasaran adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan tamu dan untuk memuaskan tamu.<sup>14</sup> Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong "Bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang baik yaitu terdiri dari produk, harga, promosi,

---

<sup>12</sup>David, F.R., *Manajemen Strategis: Konsep. Edisi ketujuh*. (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2004), 231.

<sup>13</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 2007, 130.

<sup>14</sup>Zeithaml Valerie, Bitner, dan Gremler, *Service Marketing* (Singapore: Mc Graw-Hill Companies Inc, 2008), 48.

distribusi, lalu dikombinasikan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dari target pasar.<sup>15</sup>

Berdasarkan beberapa definisi tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, dimana perusahaan mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran. Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dalam istilah 4P, yaitu produk, harga, tempat atau saluran distribusi, dan promosi.<sup>16</sup> Berikut strategi bauran pemasaran untuk mencapai strategi pemasaran yang efektif:

a. Strategi produk

Strategi produk yang harus diingat adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari nama produk, bentuk, isi, atau pembungkus. Strategi produk menggambarkan tindakan yang digunakan oleh komponen produk dan bauran pemasaran untuk mencapai tujuan sebuah lembaga atau badan usaha.<sup>17</sup>

Strategi produk dapat lebih efektif dalam rangka mempengaruhi anggota untuk tertarik menggunakan dan kemudian mereka menjadi puas maka kita harus mempelajari beberapa hal tentang strategi ini yaitu konsep produk, siklus kehidupan produk, dan jenis-jenis produk.

1) Konsep Produk, merupakan suatu pengertian atau pandangan anggota terhadap suatu produk yang dibutuhkan dan diinginkannya. Jadi,

---

<sup>15</sup>Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 92.

<sup>16</sup>Kotler dan Amstrong, 62.

<sup>17</sup>Justin G Longenecker, *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: PT. Salemba Emban Patria, 2001), 353.

anggota berpikir tentang seberapa penting dan bergunanya produk itu baginya. Biasanya anggota memiliki konsep atau pandangan tertentu terhadap suatu produk. Misalnya, terhadap produk A”. Apakah arti produk ini bagi anggota, biasanya anggota menimbang-nimbang sebelum menggunakan produk ini. Dengan menggunakan produk ini apakah usahanya semakin maju dan bermanfaat atau malah sebaliknya. Jadi, produk produk yang mampu memberikan kemanfaatan bagi anggota akan mampu untuk menarik anggota dan kemudian membuat anggota tersebut terdorong untuk menggunakan produk tersebut dan setelah menggunakannya nasabah akan dapat menjadi puas sehingga terjadilah penggunaan produk itu berulang-ulang oleh anggota.

- 2) Siklus Kehidupan Produk, Setiap produk sebenarnya akan memiliki siklus perputaran terhadap kehidupannya. Masa pengenalan kepada masyarakat, masa pertumbuhan, masa kedewasaan, kemudian masa penurunan. Masamasa itu semua yang akan dialami setiap produk.
- 3) Jenis-jenis Produk, Agar dapat memasarkan produk pengembangan Ekonomi Kreatif dengan baik kepada anggota maka para pegawai perlu mengetahui produk ekonomi kreatif termasuk dalam jenis yang mana, karena masing-masing jenis produk akan memerlukan penanganan yang berbeda dalam memasarkan produk tersebut agar berhasil.

## b. Strategi Harga

Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar. Penentuan harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penentuan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk bertahan hidup, yaitu penentuan harga dilakukan semurah mungkin. Tujuannya adalah agar produk dan jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.
- 2) Untuk memaksimalkan laba, yaitu bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal.
- 3) Untuk memperbesar market share, yaitu untuk memperbesar jumlah pelanggan.
- 4) Mutu produk, yaitu untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing.
- 5) Karena pesaing, yaitu bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing.

### c. Strategi Tempat dan Distribusi

Distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya, mulai dari perusahaan sampai ke tangan konsumen akhir. Strategi distribusi sangat penting dalam upaya perusahaan melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam penyaluran mengakibatkan perusahaan kehilangan waktu dan kualitas barang serta diambilnya kesempatan oleh pesaing. Saluran distribusi merupakan seperangkat organisasi yang saling tergantung satu sama lain, yang dilibatkan dalam proses penyediaan suatu produk atau jasa, untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengurus bisnis. Saluran distribusi mengerahkan komoditas atau barang-barang hasil produksi anggota hingga ke konsumen akhir.<sup>18</sup>

Penyaluran merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan si pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat. Saluran distribusi sangat diperlukan karena produsen menghasilkan produk dengan memberikan kegunaan bentuk bagi konsumen setelah sampai ke tangannya.<sup>19</sup>

Pemahaman tentang aktivitas ekonomi secara sederhana distribusi diartikan segala kegiatan penyaluran barang atau jasa dari tangan konsumen. Aktivitas distribusi harus dilakukan secara benar dan

---

<sup>18</sup>Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi* (Jakarta: Erlangga, 2010), 85.

<sup>19</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 233.

tepat sasaran agar barang dan jasa atau pendapatan yang dihasilkan produsen dapat sampai ke tangan konsumen atau yang membutuhkan.<sup>20</sup>

Proses distribusi dalam ekonomi Islam haruslah diterapkan dengan benar, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam mendistribusikan produk, harus merata agar semua konsumen dapat menikmati produk. Selain dalam distribusi juga tidak diperbolehkan berbuat dzalim terhadap pesaing lainnya. Addalam distribusi juga tidak diperbolehkan berbuat dzalim terhadap pesaing lainnya.

#### d. Strategi Promosi

Menurut Philip Kotler promosi merupakan segala bentuk komunikasi persuasif yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang barang atau jasa, dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut, yang mencakup publisitas, penjualan perorangan, dan periklanan. Promosi menyangkut baik periklanan maupun penjualan secara pribadi. Tujuannya adalah menginformasikan dan membujuk pelanggan. Iklan mengkomunikasikan manfaat barang atau jasa pada calon pelanggan melalui media massa. Penjualan secara pribadi melibatkan seni membujuk dalam penjualan dengan dasar tatap muka. Program promosi perusahaan dapat mempunyai peranan penting dalam menciptakan citra dalam pikiran pelanggan.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup>Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: Erlangga, 2009), 11.

<sup>21</sup>Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi* (Jakarta: Erlangga, 2010). 86

## B. Kesejahteraan

### 1. Pengertian Kesejahteraan

Kesejahteraan, berasal dari kata sejahtera; Mengacu pada KBBI Dep Dik Nas, sejahtera merupakan suatu keadaan yang meliputi rasa aman dan tenteram lahir dan batin. Keadaan sejahtera relative, berbeda pada setiap individu maupun keluarga, dan ditentukan oleh falsafah hidup masing-masing. Kondisi sejahtera bersifat tidak tetap, dapat berubah setiap saat baik dalam waktu cepat atau lambat. Untuk mencapai dan mempertahankan kesejahteraan, manusia harus berusaha secara terus-menerus dalam batas waktu yang tidak dapat ditentukan, sesuai dengan tuntutan hidup yang selalu berkembang tanpa ada batasan waktunya.<sup>22</sup>

Kesejahteraan Menurut Al-Ghazali adalah tercapainya kemaslahatan sendiri merupakan terpeliharanya tujuan syara' (*muqasid al-Shari'ah*) manusia tidak akan merasakan kebahagiaan dan kedamaian batin, melainkan setelah tercapainya kesejahteraan yang sebenarnya.<sup>23</sup>

Kesejahteraan merupakan sebuah kondisi dimana seseorang dapat memenuhi kebutuhan pokok, baik itu kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat tinggal, air minum yang bersih serta kesempatan untuk melanjutkan pendidikan dan memiliki pekerjaan yang memadai yang dapat menunjang kualitas hidupnya sehingga hidupnya bebas dari kemiskinan.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup>Asih Kuswardinah, *Ilmu Kesejahteraan Keluarga* (Semarang: Unnespress, 2017), 2.

<sup>23</sup>Didi Suardi, "Makna Kesejahteraan dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam," *Islamic Banking* 6, no. 2 (2021): 327.

<sup>24</sup>Rosni, "Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara," *Geografi* 9, no. 1 (2017): 57.

Kesejahteraan merupakan sejumlah kepuasan yang diperoleh seseorang dari hasil mengkonsumsi pendapatan yang diterima, namun tingkatan dari kesejahteraan itu sendiri merupakan sesuatu yang bersifat relative karena tergantung dari besarnya kepuasan yang diperoleh dari hasil mengkonsumsi pendapatan tersebut. Keterkaitan antara konsep kesejahteraan dan konsep kebutuhan adalah dengan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tersebut, maka seseorang sudah dinilai sejahtera , karena tingkat kebutuhan tersebut secara tidak langsung sejalan dengan indikator kesejahteraan.

Kesejahteraan adalah sebuah tata kehidupan dan penghidupan sosial. Material maupun spiritual yang diikuti dengan rasa keselamatan, kesusilaan dan ketentraman diri, rumah tangga serta masyarakat lahir dan batin yang memungkinkan setiap warga Negara dapat melakukan usaha pemenuhan kebutuhan jasmanai, rohani dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri sendiri, rumah tangga, serta masyarakat dengan menjunjung tinggi hak-hak asasi.<sup>25</sup>

## **2. Prinsip dan Faktor Kesejahteraan**

Prinsip-prinsip kesejahteraan adalah:

- a. Kepentingan masyarakat yang lebih luas harus didahulukan dari kepentingan individu.
- b. Melepas kesulitan harus diprioritaskan dibanding memberi manfaat.

---

<sup>25</sup>Rosni, 57.



- c. Kerugian yang besar tidak dapat diterima untuk menghilangkan yang lebih kecil. Manfaat yang lebih besar tidak dapat dikorbankan untuk manfaat yang lebih kecil. Sebaliknya, hanya yang lebih kecil harus dapat diterima atau diambil untuk menghindarkan bahaya yang lebih besar, sedangkan manfaat yang lebih kecil dapat dikorbankan untuk mendapatkan manfaat yang lebih besar.

Kesejahteraan individu dalam kerangka etika Islam diakui selama tidak bertentangan dengan kepentingan sosial yang lebih besar atau sepanjang individu itu tidak melangkahi hak-hak orang lain. Jadi menurut Al-Qur'an kesejahteraan meliputi faktor:

- a. Keadilan dan Persaudaraan Menyeluruh.
- b. Nilai-Nilai Sistem Perekonomian.
- c. Keadilan Distribusi Pendapatan.

### **3. Indikator Kesejahteraan**

Menurut BKKBN, indikator tingkat kesejahteraan adalah sebagai berikut :

1. Keluarga pra sejahtera (sering dikolompokan sebagai sangat miskin) Belum memenuhi salah satu atau lebih indikator yang meliputi:
  - a. Indikator Ekonomi
    - 1) Makan dua kali atau lebih sehari.
    - 2) Memiliki pakaian yang berbeda untuk aktivitas.
    - 3) Bagian luas lantai rumah bukan dari tanah.

b. Indikator non ekonomi

- 1) Melaksanakan ibadah
- 2) Bila anak sakit dibawa kesarana kesehatan

2. Keluarga sejahtera I (Sering dikelompokan sebagai miskin)

a. Indikator ekonomi

- 1) Paling kurang satu kali seminggu keluarga makan daging atau ikan atau telur.
- 2) Setahun terakhir seluruh anggota keluarga memperoleh paling kurang satu stel pakaian baru.
- 3) Luas lantai rumah paling kurang 8m untuk tiap penghuni

b. Indikator Non-Ekonomi

- 1) Ibadah teratur
- 2) Sehat tiga bulan terakhir
- 3) Punya penghasilan tetap
- 4) Usia 10-60 tahun dapat baca tulis hurup
- 5) Usia 6-15 tahun bersekolah
- 6) Anak lebih dari dua orang

3. Keluarga Sejahtera II Adalah keluarga yang karena alasan ekonomi tidak dapat memenuhi salah satu atau lebih indikator meliputi:

- a) Memiliki tabungan keluarga
- b) Makan bersama sambil berkomunikasi
- c) Rekreasi bersama 6 bulan sekali
- d) Meningkatkan pengetahuan agama

e) Menggunakan sarana transportasi

4. Keluarga sejahtera III Sudah dapat memenuhi beberapa indikator, meliputi:

a) Memiliki tabungan keluarga

b) Makan bersama sambil berkomunikasi

c) Rekreasi bersama 6 bulan sekali

d) Meningkatkan pengetahuan agama

Berdasarkan berbagai indikator yang telah dipaparkan, dapat dikatakan bahwa kesejahteraan bukanlah suatu kondisi yang dapat tercapai dengan sendirinya. Diperlukan upaya-upaya tertentu guna mencapai kondisi kesejahteraan yang dalam hal ini dikenal sebagai upaya pembangunan kesejahteraan. Pembangunan kesejahteraan sosial merupakan usaha yang terencana dan melembaga yang meliputi berbagai bentuk intervensi sosial dan pelayanan sosial untuk memenuhi kebutuhan manusia, mencegah, dan mengatasi masalah sosial, serta memperkuat institusi-institusi sosial.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Sifat dan Jenis Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian Lapangan (*field research*). Menurut Creswell “Dalam melakukan penelitian kualitatif, peneliti harus cermat dan hati-hati dalam menentukan lokasi dan partisipan peneliti. Dikarenakan langkah tersebut merupakan pondasi awal dari akuntabilitas penelitian kualitatif”.<sup>1</sup>

Penelitian ini dikatakan sebagai penelitian lapangan karena menggali data tentang Strategi Pemasaran Peternakan Ayam Petelur dalam Meningkatkan Kesejahteraan Peternak di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung. Lokasi penelitian Alamat Dusun II, RT/RW 001/002, Kecamatan Jabung, Kabupaten Lampung Timur.

##### **2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu data yang bukan berbentuk angka atau nominal tertentu, tapi lebih sering berbentuk kalimat pertanyaan, uraian, diskripsi yang mengandung suatu makna dan nilai tertentu yang diperoleh dari instrument penggalan data khas kualitatif seperti wawancara, observasi, analisis dokumen dan sebagainya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan tindakan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), 207.

<sup>2</sup>Haris Herdiyansah, *Wawancara Observasi dan Focus Groups Instrumen Pengalihan Data Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pres, 2013), 10.

Menurut Husein Umar, deskriptif adalah “menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari sesuatu gejala tertentu”. Kualitatif merupakan penelitian yang mengungkapkan suatu fenomena melalui deskripsi bahasa non-statistik secara holistik.<sup>3</sup>

Dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang dimaksudkan disini adalah untuk memberikan data yang seteliti mungkin mengenai keadaan yang terjadi dengan maksud untuk menjelaskan data dan keadaannya yang signifikan mengenai penelitian ini. Hasil dari penelitian ini bukan data statistik ataupun kuantifikasi, melainkan interpretasi peneliti secara deskriptif terhadap hasil temuan dilapangan.

### 3. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini, menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang hendak diungkapkan, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Oleh karena itu sumber data terbagi menjadi dua, sebagai berikut:

#### a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah “sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data.”<sup>5</sup> Data-data yang langsung

---

<sup>3</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pres, 2009), 22.

<sup>4</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 129.

<sup>5</sup>sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 137.

diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Sumber-sumber data diperoleh langsung dari peternak ayam petelur yang berjumlah 5 orang yaitu bapak Lekok, bapak Erwin, bapak Jainal, bapak Yogi, bapak Erwin yang berkenaan langsung tentang Strategi Pemasaran Peternakan Ayam Petelur dalam Meningkatkan Kesejahteraan Peternak di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.<sup>6</sup>Data sekunder bisa disebut juga sebagai data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada.

Dalam hal ini, data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari literatur-literatur dan berbagai macam sumber lainnya seperti: komponen-komponen pengembangan, konsep Pengembangan Kreativitas, jurnal, internet, serta sumber-sumber lain yang mendukung dan berhubungan dengan penelitian ini.

## **B. Tehnik Pengumpulan Data**

Ada tiga teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kesemuanya ini akan digunakan untuk meneliti tentang antusias masyarakat, sehingga teknik satu dengan yang lainnya dapat menggambarkan realita pelaksanaan Strategi Pemasaran

---

<sup>6</sup>sugiono, 137.

Peternakan Ayam Petelur dalam Meningkatkan kesejahteraan peternak di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung. Untuk dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Wawancara**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.<sup>7</sup>Peneliti menggunakan wawancara tak berstruktur, yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.<sup>8</sup>Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan peternak ayam petelur di desa Negara Batin yaitu dengan bapak Erwin, Yogi, Lekok, Jainal, Erwi. Dialog pada tata cara produksi dan strategi pemasaran telur ayam ras.

### **2. Observasi**

Observasi merupakan suatu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Pengamatan dan pencatatan yang dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa, sehingga observasi berada bersama objek yang diselidiki. Observasi dilakukan untuk memperoleh data tentang peternakan ayam petelur.

---

<sup>7</sup>sugiono, 137.

<sup>8</sup>sugiono, 140.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>9</sup> Data yang diperoleh melalui dokumentasi misalnya data pemasaran telur ayam dan biaya-biaya produksi.

### C. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik penjamin keabsahan data merupakan cara-cara yang dilakukan peneliti untuk mengukur kepercayaan (*credibility*) dalam proses pengumpulan data penelitian.

Triangulasi data adalah contoh pengukuran derajat kepercayaan (*credibility*) yang bisa digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian. Triangulasi data memanfaatkan sesuatu yang ada diluar data sebagai membandingkan sumber data yang sama dari wawancara dengan data dari observasi dan dokumentasi.<sup>10</sup>

### D. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data secara kualitatif lapangan, karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan tingkah laku yang di observasi dari manusia.<sup>11</sup> Tentang Strategi Pemasaran Peternakan

---

<sup>9</sup> sugiono, 240.

<sup>10</sup>Zuhairi et al., *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 40.

<sup>11</sup>Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 16.



Ayam Petelur dalam Meningkatkan Kesejahteraan Peternak di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung.

Berdasarkan keterangan tersebut diatas, maka dalam menganalisis data yang telah diperoleh kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir Induktif yang berangkat dari informasi tentang Strategi Pemasaran Peternakan Ayam Petelur dalam Meningkatkan Kesejahteraan Peternak di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung

## **BABIV**

### **HASILPENELITIANDANPEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya Desa Negara Batin**

Semula berasal dari tahun 1603 berpindahan serombongan penduduk dari kerajaan Sekala Berak ke daerah Way Pengabuan, selang beberapa tahun rombongan ini pindah ke Cikoneng (Jawa), selang beberapa lama kemudian rombongan ini pindah lagi kedaerah Pematang Tangkil (Pasir Sakti), kemudian pindah menyusuri kali Way Sekampung menuju ke daerah Udik (Putak) lalu pindah lagi ke umbul Dadak wilayah Desa Negara Batin<sup>47</sup>

Perpindahan ini tidak bertahan lama, kemudian pindah lagi ke Putak karena sering terjadi musibah orang hilang maka pindah lagi kedaerah Muara. Mas (kini Gang Muara Mas Desa Negara Batin). Hingga memasuki perkembangan sampai sekarang dan di Desa Negara Batin terdapat beberapa kebudayaan suku Lampung dan tempat yang kami ingat Desa Negara Batin, yang dipimpin oleh kepala desa yang bernama bapak Mansur Syah<sup>48</sup>.

---

<sup>47</sup>Dokumentasi Sejarah Singkat Desa Negara Batin Kecamatan Jabung Kabupaten Lampung Timur, 26 Februari 2022.

<sup>48</sup>Mansursyah, Wawancara dengan Kepala Desa Negara Batin, 24 Februari 2022.

## **2. Visi dan Misi Desa Negara Batin**

### **a. Visi**

Mewujudkan Desa Negara Batin menjadi Desa Maju, Mandiri dan sejahtera melalui bidang pertanian, peternakan dan industri rumah tangga serta SDM.

### **b. Misi**

- 1) Meningkatkan keamanan dan ketertiban masyarakat Memperbaiki dan menambah sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk meningkatkan SDM melalui pendidikan formal maupun informal.
- 2) Bekerja sama dengan petugas penyuluh lapangan untuk meningkatkan hasil peternakan dan industri kecil.
- 3) Meningkatkan usaha peternakan dan industri kecil.
- 4) Meningkatkan dan mengelola pendapatan asli desa dengan membangun dan mengembangkan unit usaha desa melalui BUMdes.
- 5) Mewujudkan pemerintahan yang baik dan bersih melalui pelaksanaan otonomi daerah.<sup>49</sup>

## **3. Kondisi Geografis Desa Negara Batin**

Secara geografis tinggi wilayah Desa Negara Batin dari permukaan laut 33M dengan suhu maksimum 33<sup>0</sup>C dan minimum 20<sup>0</sup>C berombak. Secara umum memiliki iklim tropis sebagaimana iklim provinsi Lampung pada umumnya, curah hujan berkisar antara 2.264mm sampai dengan 2.868mm dan hari hujan antara 90 sampai dengan 176 hari/tahun.

---

<sup>49</sup>Dokumentasi Sejarah Singkat Desa Negara Batin Kecamatan Jabung Kabupaten Lampung Timur.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2001 tentang pembentukan Desa di wilayah Kabupaten Lampung Timur, Desa Negara Batin mempunyai batas-batas sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Batas Wilayah**

<b>Batas</b>	<b>Desa/Kelurahan</b>	<b>Kecamatan</b>
Sebelah Utara	DesaBungkuk	Jabung
Sebelah Timur	Desa Jabung danDesa PematangTahalo	Jabung
Sebelah Selatan	DesaJabung	Jabung
Sebelah Barat	DesaMargaBatin.	Jabung

Desa Negara Batin Kecamatan Jabung Kabupaten Lampung Timur yang terdiri dari daratan yang mempunyai curah hujan sebanyak 2000.303 mm/tahun dan iklim sedang, yaitu sekitar 260-300 dan terletak pada 10,30M dari permukaan laut.

#### **4. Kondisi Masyarakat Desa Negara Batin**

##### **a. Jumlah Penduduk**

##### **1) Komposisi Penduduk**

- a) Jumlah kepalakeluarga : 1.452 kepalakeluarga
- b) Jumlah penduduk laki-laki : 3.323jiwa
- c) Jumlah penduduk wanita : 3.254jiwa
- d) Jumlah keseluruhan : 6.577jiwa

Jelaslah bahwa jumlah penduduk yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung

Kabupaten Lampung Timur jika dibandingkan dengan penduduk yang berjenis perempuan. Jika dilihat dari tingkat-tingkat kepadatan penduduk maka Desa Negara Batin termasuk desa yang terdapat di Kecamatan Jabung yang memiliki kepadatan penduduk yang cukup tinggi.

## 2) Orbitasi

Hubungan transportasi Desa Negara Batin ke Ibu kota Kabupaten Lampung Timur  $\pm 60$ Km, Desa Negara Batin ke Ibukota Bandar Lampung  $\pm 75$ Km, Desa Negara Batin ke Ibu kota Kecamatan  $\pm 50$ M.

## 3) MataPencapaian

a) Jumlahpetani	: 1.406 Orang
b) Buruh Tani	: 242 Orang
c) Buruh/Swasta	: 175 Orang
d) Pegawai Negri	: 25 Orang
e) Pengrajin	: 12 Orang
f) Pedagang	: 25 Orang
g) Peternak	: 8 Orang
h) Nelayan	: 0 Orang
i) Montir	: 2 Orang
j) Dokter	: 1 Orang
k) Bidan	: 2 Orang
l) Sopir	: 20 Orang

m) Guru Swasta : 21 Orang

4) Desa Negara Batin meliputi wilayah terdiri dari : Dusun I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, X.

## **B. Strategi Pemasaran Peternakan Ayam Petelur di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung.**

Peternakan ayam petelur merupakan usaha yang mulai berkembang, oleh karena itu banyak orang yang mulai berternak ayam petelur untuk kegiatan usaha. Di Desa Negara Batin sendiri, usaha di bidang peternakan juga sudah mulai berkembang.

Para pengusaha peternakan ayam petelur dalam penjualannya pun memanfaatkan kemajuan teknologi guna memaksimalkan penjualan. Semakin maksimal penjualan maka omset yang didapat akan semakin besar. Pengusaha peternak ayam petelur memanfaatkan media digital untuk mempromosikan barang yang mereka punya yaitu melalui media aplikasi facebook dan ada juga yang memasarkan langsung ke konsumen seperti ke kios -kios/warung.

Desa Negara Batin terdapat 5 peternak ayam petelur dengan rincian, peternakan bapak Lekok, peternakan bapak Yogi, peternakan bapak Jainal, peternakan Iskandar, dan peternakan bapak Erwin. Adapun yang pertama kali berternak di Desa Negara Batin yaitu bapak Lekok yang sudah lama dalam usaha peternakan ayam petelur ini. Sedangkan peternakan bapak Yogi masih tergolong baru dan belum berskala besar.

Kegiatan menawarkan produk yang kita punya merupakan usaha yang dilakukan supaya orang atau calon pembeli dapat melihat kualitas telur yang

akan mereka cari, sehingga dengan adanya promosi ataupun menawarkan maka akan menciptakan ketertarikan dari produk tersebut (telur ayam). Seperti mempromosikannya di media social facebook.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha peternak mereka memiliki alasan memilih usaha peternakan ayam petelur yaitu: yang pertama peternakan bapak Lekok beliau mengatakan awal memulai usaha ini adalah melihat peluang, karena di Desa Negara Batin belum banyak yang beternak ayam petelur.<sup>50</sup> Untuk peternakan milik bapak Erwin beliau mengatakan memilih usaha peternakan ayam petelur karena mempunyai perkarangan yang cukup strategis untuk membuat usaha peternakan.<sup>51</sup> Adapun peternakan milik bapak Jainal, alasan saya memilih usaha berternak ini yaitu melihat peluang yang ada di desa Negara batin dan sekitarnya, adapun alasan lainnya yaitu pendapatan yang didapat cukup menguntungkan.<sup>52</sup> Sedangkan bapak Iskandar dan bapak Yogi alasan berternak ayam petelur hanya ingin memanfaatkan lahan kosong yang ada diperkarangan rumah dan juga ingin mendapatkan pendapatan tambahan dari beternak ayam petelur.<sup>53</sup>

untuk peternakan yang paling pertama yang ada di desa Negara batin yaitu peternakan bapak Lekok yaitu dimulai sejak pertengahan tahun 2017.<sup>54</sup> Untuk peternakan milik bapak Erwi beliau memulai berternak sejak akhir tahun 2019.<sup>55</sup> Sedangkan peternakan milik bapak Jainal beliau memulai usaha

---

<sup>50</sup>Lekok, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>51</sup>Erwin, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>52</sup>Jainal, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur, 26 Februari 2022.

<sup>53</sup>Iskandar dan Yogi, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur, 26 Februari 2022.

<sup>54</sup>Lekok, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>55</sup>Erwin, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

peternak sejak awal tahun 2020.<sup>56</sup> Untuk peternakan milik bapak Iskadar yaitu awal tahun 2019.<sup>57</sup> Sedangkan bapak Yogi memulai berternak pada akhir 2019.<sup>58</sup>

Untuk lokasi kandang dan kondisi kandang milik peternak yang ada di desa Negara Batin, untuk milik bapak Leko kandang beliau mempunyai akses jalan untuk motor maupun mobil jadi sangat memudahkan dalam mengakses menuju ke kandang, kandang beliau juga sangat rapih dan juga ruti dilakukan pembersihan agar tidak menimbulkan penyakit atau virus yang dapat mengganggu kesehatan ayam yang ada dikandang.<sup>59</sup> Untuk kandang milik bapak Erwin sangatlah strategis karena itulah beliau mempunyai minat berternak ayam petelur, untuk kandanya juga mudah di akses dan juga perawatan yang dilakukan sangat diutamakan terutam kebersihan kandang agar tidak banyak penyakit dan juga lalat.<sup>60</sup> Sedangkan kandang milik bapak Jainal cukup strategis karena berada dipinggir jalan yang memudahkan untuk diakses dan juga cukup jauh dari rumah warga untuk perawatan kandang beliau juga mengutamakan kebersihan kandang dan juga perawatan pada ayam.<sup>61</sup> Untuk peternakan milik bapak Iskandar kandang beliau juga mudah diakses karena hanay dibelakang rumah saja untuk perawan beliau juga sama dengan peternakan lainnya.<sup>62</sup> Untuk kandang milik bapak Yogi juga cukup strategis

---

<sup>56</sup>Jainal, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>57</sup>Iskandar, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur, 26 Februari 2022.

<sup>58</sup>Yogi, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur, 26 Februari 2022.

<sup>59</sup>Lekok, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>60</sup>Erwin, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>61</sup>Jainal, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>62</sup>Iskandar, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.



karena berada dibelang rumah dan juga perawannya juga mengutamakan kebersihan untuk menjaga kesehatan ayam yang ada dikandang beliau.<sup>63</sup>

Dalam menghasilkan telur yang berkualitas para peternak yang ada didesa Negara batin meraka meberikan perawatan yang baik dengan cara memberikan pakan yang cukup dengan kualitas yang baik dan juga obat-obatan yang digunakan untuk menjaga kesehata ayam itu sendiri agar telur yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan, dengan perawatan yang baik ayam akan bertelur dengan rutin dan juga bisa mencegah penyakit pada ayam.<sup>64</sup>

Adapun strategi untuk memenuhi permintaan telur yang digunakan peternak yang ada didesa Negara batin yaitu: strategi yang digunakan bapak lekok dalam memenuhi permitaan telur yaitu dengan cara mebeli stok telur dari kandang lain disaat permintaan konsumen sedang banyak jika stok milik beliau tidak cukup.<sup>65</sup> Sedangkan bapak Erwin dalam memenuhi permitaan konsumennya beliau masih cukup dengan hasil produksi kandangnya sendiri.<sup>66</sup> Adapun bapak Jainal beliau memiliki strategi yang sama dengan bapak Lekok disaat stok telur yang ada tidak bisa mencukupi permintaan kosumen beliau biasanya membeli dari agen yang berasal dari luar desa.<sup>67</sup> Sedangkan bapak Iskandar dan bapak Yogi tidak memiliki strategi khusus karena mereka masih bersekala kecil dan juga penjualannya mereka selalu cukup untuk mencukupi permintaan pelanggan.<sup>68</sup>

---

<sup>63</sup>Yogi, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>64</sup>Iskandar dkk., Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur, 26 Februari 2022.

<sup>65</sup>Lekok, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>66</sup>Erwin, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>67</sup>Jainal, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>68</sup>Iskandar dan Yogi, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

Dalam penjualan hasil produksi telur, peternak didesa Negara batin memiliki beberapa cara yaitu:

Untuk peternakan milik bapak Lekok beliau, pertama kali penjualan yang saya lakukan adalah menawarkan dari kios ke kios yang berdagang keperluan sembako dan keorang-orang melalui mulut ke mulut.<sup>69</sup>

Sedangkan bapak Erwin, diawal penjualan saya memasarkan ke warung-warung didesa Negara batin hingga ke desa tetangga agar hasil produksi telur bisa berjalan dengan baik, saya juga sering mendapatkan pesanan dari saudara yang ingin mengadakan acara hajatan dari situ pemasaran saya mulai membaik dikarenakan masyarakat mulai mengetahui usaha peternakn saya.<sup>70</sup>

Hal serupa juga dilakukan bapak Jainal, dalam pemasaran saya menjual hasil produksi telur saya dengan cara menjual kewarung-warung dan juga saya memasarkan menggunakan media fecebook agar memaksimalkan penjualan.<sup>71</sup> Sedangkan bapak Iskandar dan bapak yogi hanya menjual hasil produksi telur ayamnya hanya dilikungan rumahnya saja dikarena hasil produksi telur mereka tidak terlalu banyak bapak yogi juga menjual dengan media fecebook juga untuk memaksimalkan penjualannya.<sup>72</sup>

Untuk sasaran utama penjualan kelima peternak yaitu bapak Lekok, bapak Erwi, bapak Jainal, bapak Iskandar, dan bapak yogi merekan memiliki

---

<sup>69</sup>Lekok, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>70</sup>Erwin, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>71</sup>Jainal, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>72</sup>Iskandar dan Yogi, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

sasaran penjualan yaitu ke warung-warung sembako dan juga masyarakat umum didesa Negara batin.<sup>73</sup>

Untuk strategi pemasaran dan menarik minat pembeli, peternak didesa Negara batin memiliki beberapa strategi yaitu:

Untuk peternakan milik bapak Lekok, strategi yang saya gunakan untuk menarik pelanggan adalah dengan memberikan harga yang dibawah harga umum didesa Negara batin. Saya memberikan harga yang sedikit murah ataupun bonus untuk menarik minat pembeli.<sup>74</sup>

Sedangkan peternakan milik bapak Erwin, saya menarik minat pelanggan dengan cara memberikan kualitas telur yang baik dan juga menjaga harga agar tidak kehilangan pelanggan karena harga yang saya berikan kemahal jadi agar hal tersebut tidak terjadi saya mengikuti harga yang sesuai dengan PPn.<sup>75</sup>

Untuk peternakan milik bapak Jainal, dalam pemasaran saya menjual hasil produksi telur saya dengan cara menjual ke warung-warung dan juga saya memasarkan menggunakan media facebook agar memaksimalkan penjualan kadang saya memberikan harga dibawah PPn untuk menarik minat konsumen.<sup>76</sup>

---

<sup>73</sup>Iskandar dkk., Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>74</sup>Lekok, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>75</sup>Erwin, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>76</sup>Jainal, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

Untuk peternakan milik bapak Iskandar, diawal saya berternakan saya hanya penyampaian mulut ke mulut bahwa saya memiliki peternakan ayam petelur dari situlah banyak orang dilingkungan rumah yang datang membeli.<sup>77</sup>

Hal serupa juga dilakukan oleh peternakan bapak Yogi, untuk penjualan biasanya saya menjual dilingkungan rumah dan juga kadang memposting di fecebook biasanya yang mebeli kebanyakan orang-orang terdekat seperti saudara yang biasanya memesan.<sup>78</sup>

Peternak didesa Negara Batin dalam menentukan harga produksi telur yaitu dengan mengikuti harga PPn ada juga peternak yang menjual dibawan harga PPn seperti peternakkan milik bapak lekok dan bapak Jainal untuk menarik minat pembeli.

Untuk kendala yang dihadapi dan cara mengatasinya peternak di desa Negara Batin mereka ada yang kesulitan dalam penjualan ada juga yang lancar saja. Untuk peternakan milik bapak Lekok. Untuk kendala yang saya rasakan tidak banyak dikarenakan belum ada yang bertenak ayam petelur di desa Negara batin, yang menjadi kendal yaitu pengenalan/penjualan diawal dikarenaka belum banyak yang tahu.<sup>79</sup>

Sedangkan peternakan bapak Erwin. Diawal saya merintis usaha ini saya agak kesusahan dalam penjualan dikarenakan belum mempunyai konsumen tetap. Seiringnya berjalannya waktu saya mulai meperbaiki pemasaran telur hasil perternakan dengan mulai memasarkan ke warung-warung didesa Negara batin hingga ke desa tetangga agar hasil produksi telur bisa

---

<sup>77</sup>Iskandar, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>78</sup>Yogi, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>79</sup>Lekok, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

berjalan dengan baik, saya juga sering mendapatkan pesanan dari saudara yang ingin mengadakan acara hajatan dari situ pemasaran saya mulai membaik dikarenakan masyarakat mulai mengetahui usaha peternakn saya.<sup>80</sup>

Untuk peternakan milik bapak Jainal. Diawal saya mendirikan usaha ini saya mendapatkan kendala dalam penjualan yaitu dalam penjualan dan juga perawatan ayam karena saya belum memahami dalam pemasaran seiringnya waktu saya mulai belajar dari peternak lain dalam menghadapi hal tersebut.<sup>81</sup>

Untuk kendala yang dihadapi peternakan milik bapak iskadar dan bapak yogi merka berdua tidak memiliki kendala dikarenakan peternakan merka tergolong maish di skala kecil. Jadi merka berdua dalam menjual hanya dilingkungan rumah dan saudara yang biasa memebeli kepada mereka.<sup>82</sup>

Adapun pendapatan yang di didapat peternak sebelum dan sesudah mendirikan peternakan ayam petelur. Untuk peternakan milik bapak Lekok, pendapatan saya dalam 1 bulan sebelum mendirikan peternakan yaitu berkisaran 4 juta adapun setelah mempunyai pereterernakan pendapatan kotor yaitu berkisaran 39jt perbulan setelah dikurangi biaya pakan sebesar 24jt perbulan dan biaya operasiona 3jt perbulan jadi pendapatan bersih dari hasil beternak milik bapak lekok yaitu 12 jt perbulan.<sup>83</sup>

Sedangkan peternakan bapak Erwin, pendapatan beliau dalam satu bulan sebelum mendirikan peternakan yaitu 4-4,5 sedangkan setelah memiliki peternakan yaitu pendapatan kotornya 39,7 juta perbulan dikurangi biaya pakan

---

<sup>80</sup>Erwin, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>81</sup>Jainal, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>82</sup>Iskandar dan Yogi, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>83</sup>Lekok, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

perbulan 24 juta perbulan dan dikurangi biaya operasional sebesar 4,5 juta perbulan, jadi pendapatan bersih yang didapat oleh bapak Erwin yaitu 11,2 juta perbulan .<sup>84</sup>

Untuk peternakan milik bapak Jainal, pendapatan beliau sebelum mempunyai peternakan ayam peterkur yaitu 3-4 juta perbulan setelah mempunyai peternakan ayam petelur beliau memiliki pendapatan kotor yaitu 39 juta perbulan dikurangi biaya pakan 24jt perbulan dan biaya operasiaonal 4,5jt pebulan jadi pendpata yang didapat oleh bapak jainal dalam satu bulan adalah 10,5jt perbulan .<sup>85</sup>

Sedangkan peternakan milik bapak Iskandar, pendapatan yang beliau dapat sebelum mempunyai peternakan yaitu berkisaran 3-4 juta perbulan setelah mempunyai peternakan pendapatan kotoranya yaitu 19,8 juta perbulan dikurangi biaya pakan 12jt perbulan dan biaya operasional 1,8jt perbulan, jadi pendapatan yang didapat bapak Iskandar yaitu 6jt perbulan.<sup>86</sup>

Sedangkan peternakan milik bapak Yogi, pendapat beliau sebelum mempunyai peternakan yaitu 3jt perbulan setelah memiliki peternakan pedapatan kotor yang didapat yaitu 11,7jt perbulan dikurangi biaya pakan 6jt perbulan dan biaya operasional 1,5jt perbulan, jadi pendapatan yang didapa oleh bapak yogi adalah 4,2jt perbulan.<sup>87</sup>

Untuk kesejahteraan peternak didesa Negara Batin, para peternak merasa sangat merasakan hasil dari peternakan mereka sangat membantu karena

---

<sup>84</sup>Erwin, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>85</sup>Jainal, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>86</sup>Iskandar, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>87</sup>Yogi, Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

dari pendapatan peternakan itu mereka dapat memenuhi kebutuhan dalam keluarga dan juga kebutuhan lainnya.<sup>88</sup>

Adapun pekerjaan 5 peternak yang ada didesa Negara Batin selain beternak mereka juga bertani karena pekerjaan awal sebelum beternak mereka memanglah bertani.<sup>89</sup>

### **C. Analisis Strategi Pemasaran Ayam Petelur di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung**

Dalam penjualan pasti mengalami kendala dan sebagainya, namun dari peternak itu dia memiliki strategi sendiri, yaitu strategi yang digunakan adalah dari segi promosi seperti strategi yang digunakan oleh bapak Lekok yaitu strategi yang digunakan untuk menarik pelanggan adalah dengan memberikan harga yang dibawah harga umum didesa Negara batin, beliau memberikan harga yang sedikit murah ataupun bonus untuk mendapatkan banyak pelanggan.

Untuk menjaga kualitas telur peternak yang ada didesa Negara batin mereka meberikan perawatan yang baik dengan memberikan pakan yang berkualitas dan juga ruti memberikan obatan untuk menjaga kesehatan ayam dikandang mereka. Untuk kadang yang dimiliki peternak yang ada didesa Negara batin semua kandang mereka sanagat mudah untuk diakses dan juga tempata yang strategis.

Sedangkan peternakan bapak Erwin lebih mengutamakan kualitas telur dan juga menjaga harga agar tidak kehilangan pelanggan karena harga yang

---

<sup>88</sup>Iskandar dkk., Wawancara dengan Peternak Ayam Petelur.

<sup>89</sup>Iskandar dkk.

diberikan terlalu tinggi, sehingga agar hal tersebut tidak terjadi maka beliau mengikuti harga yang sesuai dengan harga.

Untuk peternakan milik bapak Jainal beliau memiliki strategi dalam pemasaran penjualan hasil produksi telurmya yaitu dengan cara menjual kewarung-warung dan juga memasarkan menggunakan media fecebook agar memaksimalkan penjualan. Untuk menarik minat pembeli beliau juga kadang menjual dengan harga yang sedikit lebih murah dari harga biasanya.

Sedangkan peternakan milik bapak iskandar dan bapak yogi strategi yang mereka gunakan hampir sama yaitu hanya mempromosikan dilikungan rumah saja dan juga menggunakan media social seperti fecebook. Dalam pemasaran peternak di desa Negara batin sudah mulai menggunakan media social sebagai median pembantu dalam memasarkan hasil produksi telur merekan dan juga memaksimalkan pejualan. Sepeti petenak bapak Jainal, bapak Iskandar, dan bapak Yogi mereka bertiga menggunakan media fecebook untuk mempromosikan hasil produksi peternakan mereka agar dapat menarik minat konsumen dan banyak yang tau peternakan mereka.

Para peternak didesa Negara Batin mereka semua sudah memiliki cara dalam menghadapi kendala yang dialami dalam beternak. Seperti peternakan milik bapak Erwin diawal usahanya beliau kesusahan dalam penjualan karena tidak memiliki pelanggan tetap namun beliau tetap berusaha memperbaiki pemasarannya dengan cara menawarkan kewarung-warung hingga menjual keluar desa. Seperti denga halnya peternakan milik bapak Jainal beliau juga



terkendala dalam penjualan dan juga perawatan ayam namun beliau mulai belajar dari peternak lain dalam menghadapi hal tersebut.

Adapun kesejahteraan yang dirasakan peternak ataupun pendapatan yang mereka dapat, mereka sangat merasakan hasil dari peternakan mereka yang sangatlah membantu karena dari pendapatan peternakan itu mereka dapat memenuhi kebutuhan dalam keluarga dan juga kebutuhan lainnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti pada skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, strategi yang digunakan oleh peternak didesa Negara batin ada yang mengurangi harga telur untuk menarik minat konsumen dan juga beberapa peternak ayam petelur ada yang menggunakan media digital aplikasi facebook untuk mempromosikan dan menjual telur hasil produksi mereka karena mudah digunakan dan tidak memerlukan modal yang besar serta cakupannya luas sehingga berdampak baik untuk omset penjualan, dan masih ada yang menjual dengan cara memasarkan kewarung secara langsung.

Sedangkan peningkatan pendapatan peternak ayam petelur di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung Kabupaten Lampung Timur, peternak sangat merasakan hasil dari berternak dan mendapatkan peningkatan pendapatan dari hasil berternak ayam petelur, dari pendapatan tersebut peternak ayam petelur dapat mencukupi kebutuhan keluarga dan kebutuhan telur untuk masyarakat yang ada didesa Negara Batin.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta simpulan, disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Kepada kelima pengusaha peternakan ayam petelur di Desa Negara Batin dalam menjual produk sudah sesuai teori, dan untuk lebih memaksimalkan omset penjualan jangan hanya menggunakan media digital facebook dan menjual secara manual saja, namun harus ada kerjasama anatar peternak yang ada didesa Negara Batin agar bisa saling mebantu dalam menjual hasil produksi dan berdampak pada peningkatan penjualan yang lebih maksimal.
2. Untuk peneliti selanjutnya, sebagai refrensi dan bisa lebih memperdalam lagi pembahasan mengenai pengembangan usaha peternakan ayam petelur yang memanfaatkan penggunaan digital marketing dalam proses penjualan maupun pemasarannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Dwi Cahyo. "Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Ras Petelur Di Kabupaten Kediri." *Magister Agribisnis* 19, no. 02 (2019).
- Agus Hermawan. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Asih Kuswardinah. *Ilmu Kesejahteraan Keluarga*. Semarang: Unnespress, 2017.
- Assauri S. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali, 1993.
- Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- . *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Burhan Ashafa. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Darwin Tobaol. "Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras di kota Manado." *Zootec* 38, no. 2 (2018).
- David, F.R. *Manajemen Strategis: Konsep. Edisi ketujuh*. Jakarta: PT. Prenhallindo, 2004.
- Didi Suardi. "Makna Kesejahteraan dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam." *Islamic Banking* 6, no. 2 (2021).
- Dokumentasi Sejarah Singkat Desa Negara Batin Kecamatan Jabung Kabupaten Lampung Timur, 26 Februari 2022.
- Farida Yulianti, dan Lamsah. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Haris Herdiyansah. *Wawancara Observasi dan Focus Groups Instrumen Pengalihan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pres, 2013.
- Hendar. *Manajemen Perusahaan Koperasi*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- . *Manajemen Perusahaan Koperasi*. Jakarta: Erlangga, t.t.
- Husain Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pres, 2009.
- I Nyoman Padma Widyantara<sup>1</sup>. "Analisis Strategi Pemasaran Telur ayam." Disunting oleh I Gusti Agung Ketut Sri Ardani<sup>2</sup> 6, no. 7 (2017).
- Justin G Longenecker dkk.,. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria, 2001.
- Kotler, dan Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- M. Fajar Trisna Kurniawan. "Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Petelur di Kabupaten Tabanan" 1, no. 2 (2013).
- M. Fajar Trisna Kurniawan, dan Dwi Putra Darmawan. "Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Petelur di Kabupaten Tabanan." *Jurnal Managemen Agribisnis* 1, no. 2 (2013).
- Rosni. "Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara." *Geografi* 9, no. 1 (2017).
- Sofjan Assauri.,. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.

- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Uhar Suharsaputra. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama, 2012.
- Zaki Fuad Chalil. *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Zeithaml Valarie, Bitner, dan Gremler. *Service Marketing*. Singapore: Mc Graw-Hill Companies Inc, 2008.
- Zuhairi et al.,. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DOKUMENTASI DAN WAWANCARA**



**Kandang Ayam Milik Bapak Lekok**



**Kandang Ayam Milik Bapak Lekok**



**Wawancara dengan Bapak Lekok**



**Wawancara dengan Bapak Lekok**





**KandangAyam Milik Bapak Erwin**



**KandangAyam Milik Bapak Erwin**



**Referensi Harga Telur Pinsar**  
 Mei 20, 2022 06:05 471,8K 0

Pinsar Petelur Nasional  
 Rangkuman Harga  
 20 Mei 2022

SUMATERA  
 Lampung 265  
 Palembang 235

SULAWESI  
 Sulawesi Tengah 250  
 Sulawesi Selatan 235

JABAR-DKI  
 Jabodetabek 260  
 Bogor 260  
 Sukabumi 260  
 Cianjur 260  
 Bandung 260

**Daftar Harga TelurPinsar**



**Referensi Harga Telur Pinsar**  
 Juni 14, 2022 05:31 515,8K 0

Pinsar Petelur Nasional  
 Rangkuman Harga  
 14 Juni 2022

SUMATERA  
 Lampung 260  
 Palembang 250

SULAWESI  
 Sulawesi Tengah 250  
 Sulawesi Selatan 255

JABAR-DKI  
 Jabodetabek 258  
 Bogor 258

**Daftar Harga TelurPinsar**

Nomor : 3321/In.28.3/D.1/PP.00.9/12/2020  
Lampiran : -  
Perihal : Pembimbing Skripsi

08 Desember 2020

Kepada Yth:  
Ani Nurul Imtihanah, M.S.I  
di – Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

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

Nama : Sellawan Jaya Saputra  
NPM : 1704040159  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
Judul : Strategi Pengembangan Pemasaran Peternakan Ayam Petelur Di Desa Negara Balin Kecamatan Jabung


Dengan ketentuan :

1. Pembimbing mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi mahasiswa sampai dengan selesai.
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

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### STRATEGI PEMASARAN PETERNAKAN AYAM PETELUR DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PETERNAK DI DESA NEGARA BATIN KECAMATAN JABUNG

#### A. Wawancara Kepada Pemilik Usaha Peternak Ayam Petelur

1. Apa yang mendasari anda mendirikan usaha peternakan ayam petelur di desa Negara Batin?
2. Sejak kapan anda memulai usaha peternakan ayam petelur?
3. Apakah tempat peternakan anda memiliki akses jalan yang bagus dan kondisi kandang yang layak untuk beternak ayam petelur? (*place*)
4. Bagaimana cara untuk menghasilkan dan menjaga kualitas telur? (*Product*)
5. Bagaimana cara anda menjual hasil produksi telur? (*Promotion*)
6. Siapa saja yang menjadi sasaran dari penjualan telur hasil produksi anda?
7. Apa saja strategi yang anda lakukan dalam memasarkan hasil produksi telur? (*Promotion*)
8. Bagaimana cara anda dalam menentukan harga produksi telur? (*Price*)
9. Bagaimana cara anda dalam menarik minat pelanggan yang ingin membeli hasil produksi telur anda? (*Promotion*)
10. Kendala apa saja yang anda hadapi ketika menjual hasil produksi telur?
11. Bagaimana cara anda mengatasi kendala yang dihadapi ketika menjual hasil produksi telur? (*Promotion*)
12. Sebelum mendirikan usaha peternak ayam petelur ini berapa pendapatan anda ?
13. Setelah mendirikan usaha peternak ayam petelur ini berapa pendapatan anda ?
14. Apakah beternak ayam petelur dapat menunjang kesejahteraan anda?
15. Apakah ada pekerjaan lain selain beternak ayam petelur?

**B. Wawancara Kepada Kepala/Pamong Desa**

1. Bagaimana gambaran desa Negara Batin baik penduduk dan sosial ekonomi?
2. Berapa banyak pengusaha atau peternak yang ada di Desa Negara Batin?

**C. Wawancara Kepada pembeli atau reseller**

1. Dari mana anda mendapatkan informasi tentang peternak ayam petelur yang anda beli?
2. Apa yang mendasari anda ingin membeli telur ditempat anda beli?
3. Bagaimana tanggapan anda terhadap kualitas telur ditempat anda beli?

**D. Dokumentasi**

1. Foto-foto kegiatan penjualan hasil produksi telur
2. Data yang berkaitan dengan usaha peternak ayam petelur di Desa Negara Batin.

Mengetahui  
Dosen Pembimbing



Ani Nurul Imtihanah, M.S.I  
NIDN. 2019069002

Metro, Desember 2021  
Peneliti



Setiawan Jaya Saputra  
NPM. 1704040159

## **OUTLINE SKRIPSI**

### **STRATEGI PEMASARAN PETERNAKAN AYAM PETELUR DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PETERNAK DI DESA NEGARA BATIN KECAMATAN JABUNG**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**NOTA DINAS**

**PERSETUJUAN**

**PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**HALAMAN KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian yang Relevan

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Strategi Pemasaran
  1. Pengertian Strategi Pemasaran

2. Pemasaran Ayam Petelur
- B. Kesejahteraan Peternak
  1. Pengertian Kesejahteraan
  2. Indikator Kesejahteraan

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

- A. Sifat dan Jenis Penelitian
  1. Jenis Penelitian
  2. Sifat Penelitian
  3. Sumber Data
- B. Teknik Pengumpul Data
- C. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- D. Metode Analisis Data

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
  1. Sejarah Berdirinya Desa Negara Batin
  2. Visi dan Misi Desa Negara Batin
  3. Kondisi Geografis Desa Negara Batin
  4. Kondisi Masyarakat Desa Negara Batin
- B. Strategi Pemasaran Peternakan Ayam Petelur di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung
- C. Analisis Strategi Pemasaran Ayam Petelur di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung

### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

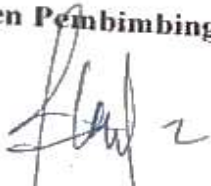
### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**Diketahui**

**Dosen Pembimbing**



**Ani Nurul Imtihanah, M.S.I**  
NIDN. 2019069002

**Mahasiswa Ysb**



**Setiawan Jaya Saputra**  
NPM. 1704040159



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inggimulya Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
M E T R O Telp (0726) 41607 Faksimili (0726) 47290, Website www.metroiauin.ac.id E-mail iainmetro@metroiauin.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Setiawan Jaya Saputra  
NPM : 1704040159

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Syariah  
Semester/TA : IX/2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	17/12/2021 Jumat	Acc Outline hal II. footnote untuk teori keagah teran ?? Teori Indri Karfor keagah teran di parobukan - Tambah teori teori strategi pemang - APD. ① pertanyan tentang keagah teran belum tersusun sesuai dengan teori ②. Berapa Pertanyan no. 4 lebih tepat ke person bulca Please. (lihat catatan di APD)	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Ani Nurul Imtihanah, S.H.I., M.S.I  
NIDN. 20190690022

Setiawan Jaya Saputra  
NPM. 1704040159





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

Jalan Ki Hajar Dewantara Karipua 15A Inggulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Faksimili (0725) 47200, Website: www.metrouniy.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniy.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Setiawan Jaya Saputra  
NPM : 1704040159

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Syariah  
Semester/TA : IX/2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	06 Jan / 2022	Ace APD lanjutkan penelitian.	

Dosen Pembimbing,

Ani Nurul Imtihanah, S.H.I., M.S.I  
NIDN. 20190690022

Mahasiswa Ybs,

Setiawan Jaya Saputra  
NPM. 1704040159



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

Jl. 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 SKRIPSI**

Nama : Setiawan Jaya Saputa      Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI  
NPM : 1704040159      Semester / T A : X / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	11 April 2022	<p>Bab II</p> <p>A. Strategi Pemasaran</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Pengertian Strategi pemasaran.</li><li>2. Tujuan dan Manfaat Strategi Pemasaran</li><li>3. jenis-jenis Strategi pemasaran.</li><li>4. Strategi Bauran pemasaran<ol style="list-style-type: none"><li>a. Strategi product</li><li>b. ....</li><li>c. .... dll.</li></ol></li><li>5. Bauran pemasaran dalam Islam</li></ol> <p>B. Kesejahteraan</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Pengertian kesejahteraan</li><li>2. Prinsip dan faktor kesejahteraan.</li><li>3. Indikator kesejahteraan.</li><li>4. Tingkat kesejahteraan.</li><li>5. .... dll.</li></ol>	

Dosen Pembimbing

**Ani Nurul Imtihanah, M.S.I**  
NIDN. 2019069002

Mahasiswa Ybs,

**Setiawan Jaya Saputa**  
NPM. 1704040159



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507 Fax (0725) 47296 Email [stamjusi@stammetro.ac.id](mailto:stamjusi@stammetro.ac.id) website [www.stammetro.ac.id](http://www.stammetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Setiawan Jaya Saputa      Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI  
NPM : 1704040159      Semester / T.A : X / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	17/04/2022	Bab 4. → Hasil wawancara tulis semua pada bagian <sup>1/pin</sup> B. lanjut. kolom C. Analisisnya.  → Tulis kutipan langsung di hasil wawancara.	

Dosen Pembimbing

**Ani Nurul Imtihanah, M.S.I**  
NILN 2019069002

Mahasiswa Ybs.

**Setiawan Jaya Saputa**  
NPM 1704040159



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Immanuel Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507 Fax (0725) 47296 Email [stamjunug@iainmetro.ac.id](mailto:stamjunug@iainmetro.ac.id) website [www.iainmetro.ac.id](http://www.iainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Setiawan Jaya Saputa      Jurusan/Fakultas      : ESy / FEBI

NPM : 1704040159      Semester / T A      : X / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat 21/04/2022	Kesimpulan wawancara dengan partner penelitian ① terkait strategi pemasaran ② terkait pemasaran pendapatan	

Dosen Pembimbing

**Ani Nurul Imtihanah, M.S.I**  
NIDN. 2019069002

Mahasiswa Ybs,

**Setiawan Jaya Saputa**  
NPM. 1704040159



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Himpitulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507 Fax (0725) 47296 Email [stajunung@stainmetro.ac.id](mailto:stajunung@stainmetro.ac.id) website [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Setiawan Jaya Saputra      Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI  
NPM : 1704040159      Semester / T A : X / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20 Mei 2022. Senin.	<ul style="list-style-type: none"><li>- LBM - buku di akh bulean hane</li><li>- <del>Teori</del> aservasi tp penelitian</li></ul> <p>Teori, pertanyakan dari buku</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Jka jurnal sebutkan nama</li><li>- Grand teori dari buku.</li><li>- Tabel dicek</li><li>- Footnote dicek (chat cutk)</li><li>- All ditambahkan sesuai kamus penerjemahan</li></ul>	

Dosen Pembimbing

Ani Nurul Imtihanah, M.S.I  
NIDN. 2019069002

Mahasiswa Ybs,

Setiawan Jaya Saputra  
NPM. 1704040159



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

---

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Setiawan Jaya Saputra  
NPM : 1704040159  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Pemasaran Peternakan Ayam Petelur Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Peternak Di Desa Negara Batin Kecamatan Jabung** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 19%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 5 Juli 2022  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Dharma Setyawan, M.A.**  
NIP.198805292015031005



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A 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.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iaim@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-2216/In.28/D.1/TL.00/06/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
KEPALA DESA NEGARA BATIN  
KEC. JABUNG KAB. LAMPUNG  
TIMUR  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2217/In.28/D.1/TL.01/06/2022,  
tanggal 22 Juni 2022 atas nama saudara:

Nama : **SETIAWAN JAYA SAPUTRA**  
NPM : 1704040159  
Semester : 10 (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di NEGARA BATIN KEC. JABUNG KAB. LAMPUNG TIMUR, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PETERNAKAN AYAM PETELUR DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PETERNAK DIDESA NEGARA BATIN KECAMATAN JABUNG".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 22 Juni 2022  
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 Inggmulyo Metro Timur Kola Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail febi.iain@metrouniv.ac.id

## SURAT TUGAS

Nomor: B-2217/In.28/D.1/TL.01/06/2022

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

Nama : SETIAWAN JAYA SAPUTRA  
NPM : 1704040159  
Semester : 10 (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di NEGARA BATIN KEC. JABUNG KAB. LAMPUNG TIMUR, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PETERNAKAN AYAM PETELUR DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PETERNAK DIDESA NEGARA BATIN KECAMATAN JABUNG".
  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 : 22 Juni 2022

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



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





**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA**  
**Nomor : P-1043/ln.28/S/U.1/OT.01/06/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Setiawan Jaya Saputra  
NPM : 1704040159  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1704040159

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 04 Juli 2022  
Kepala Perpustakaan



Do As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.  
NIP. 19750505 200112 1 002

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Setiawan Jaya Saputra akrab dipanggil Iwan Lahir di Negara Batin pada tanggal 26 Juli 1997. Bertempat tinggal di Desa Negara Batin, Kecamatan Jabung, Kabupaten Lampung Timur. Saya anak ke satu dari pasangan bapak Sudirman dan Ibu Halijah. Saya memiliki dua adik, laki-laki dan perempuan, saya pernah menempuh pendidikan di SDN 1 Negara Batin lulus pada tahun 2012, SMP N 1 Jabung lulus pada tahun 2014, MAN 1 Metro lulus pada tahun 2017 sampai melanjutkan ke jenjang pendidikan S1 di perguruan tinggi IAIN Metro Lampung. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam (FEBI), Jurusan S1 Ekonomi Syariah pada tahun 2017.