

SKRIPSI

**OPTIMALISASI PENJUALAN TELUR AYAM
DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN
USAHA DI DESA SIDOLUHUR KECAMATAN BANGUNREJO
KABUPATEN LAMPUNG TENGAH**

Oleh:

**NUR SHOLEH IRFANI
NPM.1903011093**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2024 M**

**OPTIMALISASI PENJUALAN TELUR AYAM
DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN
USAHA DI DESA SIDOLUHUR KECAMATAN BANGUNREJO
KABUPATEN LAMPUNG TENGAH**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

NUR SHOLEH IRFANI
NPM.1903011093

Pembimbing : Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I,M.Ud

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H / 2024 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro

Di
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh :

Nama : Nur Sholeh Irfani
NPM : 1903011093
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : OPTIMALISASI PENJUALAN TELUR AYAM DALAM
MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA DI
DESA SIDOLUHUR KECAMATAN BANGUNREJO
KABUPATEN LAMPUNG TENGAH

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Metro, 26 Januari 2024

Pembimbing,


Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN.2008029201

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : OPTIMALISASI PENJUALAN TELUR AYAM DALAM
MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA DI DESA
SIDOLUHUR KECAMATAN BANGUNREJO KABUPATEN
LAMPUNG TENGAH

Nama : Nur Sholeh Irfani

NPM : 1903011093

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 26 Januari 2024
Pembimbing,


Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN.2008029201



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

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id
E-mail: iaimetro@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-0559/ln.28.3/D/PP-00.9/02/2024.....

Skrripsi dengan Judul : OPTIMALISASI PENJUALAN TELUR AYAM DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA DI DESA SIDOLUHUR KECAMATAN BANGUNREJO KABUPATEN LAMPUNG TENGAH, Disusun Oleh : NUR SHOLEH IRFANI, NPM.1903011093, Jurusan Ekonomi Syariah (ESy) yang telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal : Rabu/ 07 Februari 2024.

TIM PENGUJI

Ketua / Moderator : Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I., M.Ud (.....)
Penguji I : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I (.....)
Penguji II : Hotman, M.E.,Sy (.....)
Sekretaris : Agus Alimuddin, M.E (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum

NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

OPTIMALISASI PENJUALAN TELUR AYAM DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA DI DESA SIDOLUHUR KECAMATAN BANGUNREJO KABUPATEN LAMPUNG TENGAH

Oleh :

Nur Sholeh Irfani

Di salah satu kabupaten yang ada di Lampung tepatnya di Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah. Perkembangan peternakan ayam ras petelur di Lampung khususnya di Desa Sidoluhur mengalami penurunan. Penurunan yang terjadi karena pada tahun 2019 akhir sampai 2020 harga telur mengalami penurunan yang sangat signifikan sehingga peternak memilih gulung tikar, peternak ayam petelur yang sampai saat ini masih bertahan adalah bapak Yanwar dan bapak Tono.

Penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui pengoptimalan penjualan telur ayam dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di desa sidoluhur kecamatan bangunrejo kabupaten lampung tengah Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang di lakukan di kelurahan Sidoluhur Bangunrejo Lampung Tengah, sumber data dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan kedalam sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian dan pembahasan terkait skripsi ini, bahwa yang dilakukan peternak telur ayam adalah dengan menggandeng reseller supaya produksi telur setiap harinya habis memaksimalkan strategi kepuasan konsumen selain itu para peternak juga memperhatikan faktor-faktor keberlangsungan usaha seperti, Modal Manusia (*Human capitali*), Modal Keuangan (*Financial Capitali*), Modal Sosial (*Social Capitali*) dan juga memperhatikan kosep bauran pemasaran seperti, Produk (*product*), Harga (*price*), Promosi (*Promotion*), Orang (*poeple*), dan Tempat (*place*).

Kata Kunci : Penjualan, Keberlangsungan Usaha

ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Sholeh Irfani

NPM : 1903011093

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Januari 2024
Yang Menyatakan,



Nur Sholeh Irfani
NPM. 1903011093

MOTTO

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

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu," (QS An Nisa: 29).

PERSEMBAHAN

Sujud syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kelancaran, kesabaran dalam membekali ilmu serta kemudahan yang diberikan, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Muhammad SAW. Kupersembahkan keberhasilan studiku kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Kusworo dan Ibunda Sri Astuti. Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terimakasih kepada Ibu dan Bapak yang selalu mendoakanku, menasehatiku, menyemangatiku.
2. Saudaraku adik Reza Nur Wahyudi, dan Rahmat Nur Hidayat. Terima kasih untuk doa dan dukungan yang telah diberikan serta motivasi dalam perjalanan kuliah.
3. Ibu Sukma Sari Dewi Chan,. S. Th.I., M. Ud. yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini dengan penuh rasa sabar.
4. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas taufik dan hidayah-NYA sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Optimalisasi Penjualan Telur Ayam Dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Di Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah”, Skripsi ini adalah bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof.Dr. Hj. Siti Nurjanah M.Ag., PIA selaku Rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Bapak Yudistira Ardana M.E.K, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Sukma Sari Dewi Chan,. S. Th.I., M. Ud selaku Pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi kepada peneliti
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Teman-Teman saya yang memberikan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini.

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 ini sendiri dan bagi pembaca pada umumnya.

Metro, Januari 2024
Peneliti,



Nur Sholeh Irfani
NPM.1903011093

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Penelitian Relevan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Optimalisasi	9
1. Pengertian Optimalisasi	9
2. Indikator Opotimalisasi.....	10
B. Pemasaran	11
1. Pengertian Pemasaran	11
2. Pemasaran menurut syariah.....	14
3. Konsep pemsaran syariah.....	16
C. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	17
D. Keberlangsungan Usaha.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	29
B. Sumber Data.....	30
C. Teknik Pengumpulan Data.....	31
D. Teknik Analisis Data.....	33
E. Teknik Keabsahan Data	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	36
B. Usaha Penjualan Telur Ayam dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha di Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah	37
C. Analisis Optimalisasi penjualan Telur Ayam dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha di Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah	48

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	55
B. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kondisi Kandang Ayam Bapak Tono	39
Gambar 4.2 Telur Ayam yang Sudah di Ambil	40
Gambar 4.4 Proses Pengambilan Telur	44
Gambar 4.4 Proses Pengambilan Telur	46

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Izin Research
4. Surat Tugas
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Surat Keterangan Bebas Plagiasi
7. Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Dokumentasi
9. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan strategi sangat penting untuk memasarkan produk, segmentasi pasar, sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Pemasaran berarti mengolah pasar untuk menghasilkan pertukaran dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, pemasaran mencakup melayani pasar pengguna akhir bersama pesaing. Pemasaran merupakan bagian yang penting dengan pasar, karena pasar yang ada sekarang merupakan pasar pembeli di mana terjadinya transaksi jual beli tergantung pada keputusan pembeli sendiri, sehingga pasar yang ada sangat dipengaruhi oleh perilaku para konsumen dan yang penting perusahaan sebagai yang menawarkan barang hanya bisa mengikuti kehendak konsumen dan bagaimana mengatasi pesaing-pesaing dari perusahaan barang yang sejenis.¹

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya,

¹Drs. Danang Sunyoto, *Manajemen Pemasaran (Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis)*, (Yogyakarta: Penerbit CAPS, 2013), 55

terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Sehingga dengan strategi pemasaran yang tepat maka bisa mempertahankan kelangsungan perusahaan dan memperoleh laba yang besar dari para pesaing yang menciptakan produk yang sama.² Ukuran keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan dan mampu meraih pelanggan sebanyak mungkin. Pengusaha yang berhasil adalah mereka yang pandai menyesuaikan diri dengan perubahan. Penyesuaian dengan perubahan kondisi konsumen dan persaingan dalam memperebutkan konsumen. Ancaman dari pesaing baru dengan strategi yang baru juga perlu diantisipasi dengan menganalisa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dilihat dari keuangan, sumber daya manusia, jaringan dan sebagainya. Dalam dunia persaingan tugas utama pengusaha adalah menggaet pelanggan yang baru ataupun pelanggan dari produk yang lain, dan yang paling ekstrem adalah bagaimana cara mematikan pesaing baik dengan cara langsung ataupun secara pelan-pelan. Pentingnya strategi pemasaran tidak hanya untuk usaha yang besar tetapi usaha mikro kecil juga membutuhkan strategi pemasaran.

Di salahsatu kabupaten yang ada di Lampung tepatnya di Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah. Perkembangan peternakan ayam ras petelur di lampung khususnya di Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah mengalami

²M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012), 10

penurunan. Penurunan yang terjadi karena pada tahun 2019 akhir sampai 2020 harga telur mengalami penurunan sehingga pengusaha memilih gulung tikar.

Usaha telur ayam di Desa Sidoluhur sudah ada sejak lama, sudah lebih dari 20 tahun lamanya peternak ayam petelur yang sampai saat ini masih betahan adalah bapak Yanwar dan bapak Tono. Bapak Yanwar memulai usahanya sejak tahun 2003. Penjualan diawal terbentuknya usaha telur ayam ini, bapak Yanwar melakukan penjualan dengan cara berkeliling membawa telur dan menawarkan ke warung-warung kecil telur tersebut terkadang sehari pun tidak habis butuh waktu 2 sampai 3 hari baru habis terjual telur tersebut, kini bapak Yanwar sudah menggandeng 4 reseller sehingga telur yang diproduksi perharinya dapat habis terjual. Banyak permasalahan yang di dapat dalam menjalankan usaha telur ayam tersebut seperti yang terjadi tahun 2020 harga telur turun sampai di angka 16.000 dan mengalami kerugian perbulan sampai 45.000.000 tetapi dia mampu mempertahankan usaha telur ayam nya sampai sekarang karena dengan megurangi jumlah ayam dan menanam modal kembali. Dengan cara tersebut usaha telur ayam berangsur membaik dan bahkan permintaan terhadap telur semakin banyak sedangkan telur yang di hasilkan perhari hanya mencapai 300kg telur³. Kini usaha telur ayam bapak Yanwar dapat menghasilkan telur perhari sebanyak 300 kg telur yang di bagi menjadi 20 kotak telur perkotak telur seberat 15 kg dan perkilo telur di hargai

³ Wawancara bapak yanwar

Rp24.500 sehingga omzet yang di dapat perhari Rp7.200.000 dan ozet yang di dapat perbulan adalah Rp216.000.000.

Usaha telur ayam bapak Tono sudah ada dari tahun 2001 Penjualan diawal terbentuknya usaha telur ayam ini, bapak Tono melakukan penjualan dengan cara berkeliling membawa telur dan menawarkan ke warung-warung kecil telur tersebut terkadang sehari pun tidak habis butuh waktu 2 sampai 3 hari baru habis terjual telur tersebut, kini bapak Tono sudah menggandeng 3 reseller dan beberapa warung kelontong sehingga telur yang diproduksi perharinya dapat habis terjual. banyak juga permasalahan yang di lalui yaitu pada tahun 2020 sama dengan yang di alami bapak yanwar, bapak Tono harus mengurangi jumlah ayam sapaai 2000 ekor untuk supaya usaha tetap jalan. Ayam afkir atau ayam yang sudah tidak bertelur lagi di ganti setiap 2 tahun sekali per 2000 ekor dari jumlah 6000 ekor ayam sehingga telur yang dihasilkan sekitar 200 kg perhari. Banyak permintaan terhadap telur tetapi telur yang di hasil kan tidak memenuhi permintaan.⁴ Kini usaha telur ayam bapak Tono dapat menghasilkan telur perhari sebanyak 200 kg telur, 200 kg telur ini dibagi menjadi 14 kotak telur, satu kotak telur seberat 15 kg dan harga 1kg telur adalah Rp24.500 sehingga omzet yang di dapat perhari Rp5.145.000 sedangkan untuk perbulannya Rp154.350.000.

Berdasarkan latar belakang yang peneliti uraikan, peneliti tertarik untuk membahas lebih dalam terkait usah telur ayam dengan judul **“Optimalisasi Penjualan Telur Ayam Dalam Mempertahankan**

⁴ Wawancara bapak tono

Keberlangsungan Usaha Di Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah”.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pengoptimalisasi penjualan telur ayam dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di desa sidoluhur kecamatan bangunrejo kabupaten lampung tengah?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengoptimalan penjualan telur ayam dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di desa sidoluhur kecamatan bangunrejo kabupaten lampung tengah.

D. Penelitian Relevan

Dalam penelitian terdahulu ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi keilmuan dalam penulisan penelitian ini dan berapa banyak orang yang sudah membahas permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Di antara tulisan yang membahas strategi pemasaran adalah sebagai berikut :

Yeni Zailani, dengan judul skripsi “Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Studi Pada CV. Rabbani Cabang Palembang”. Berdasarkan judul tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu dalam penelitian ini dijelaskan bahwa strategi pemasaran produk Rabbani yang ditawarkan dengan menggunakan prinsip syariah, yaitu dengan

mengembalikan cara bisnis yang beradab dan bermoral, tanpa adanya penipuan, kezaliman, dan eksploitasi kelemahan orang lain untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya.⁵ Perbedaan penelitian dengan penelitian saya yaitu tempat, produk yang diteliti dan strategi pemasaran dan persamaannya adalah sama-sama membahas strategi pemasaran.

Deni Priatna, dengan judul skripsi “Strategi Pemasaran Produk Kaffah Mudharabah Pada PT. Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang”. Berdasarkan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Strategi Pemasaran Produk Kaffah Mudharabah Pada PT. Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu: product, price, place, promotion. Dari segi product yaitu memiliki keunggulan dan persyaratan-persyaratan yang mudah. Dari segi price yaitu hasil yang dibagikan yakni 70% berbanding 30% yang aman dunia akhirat. Dari segi place tempatnya strategis dan mudah dijangkau. Dari segi promotion yaitu dengan melakukan presentasi ke sekolah-sekolah dan universitas, melakukan undian kaffah umroh dan lainnya.⁶ Perbedaan penelitian dengan penelitian saya yaitu tempat, dan produk yang diteliti dan persamaannya sama-sama membahas strategi yang digunakan dalam memasarkan produk.

R.A. Nur Qomariyah, dengan judul skripsi “Strategi Pemasaran Industri Kecil Kerajinan Kasur Lihab Arafah Palembang”. Berdasarkan judul skripsi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa industri kecil kerajinan lihab

⁵Yeni Zailani. “Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Studi Pada CV. Rabbani Cabang Palembang”, *Skripsi*, (Palembang: Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah, 2012),

⁶Deni Priatna. “Strategi Pemasaran Produk Kaffah Mudharabah Pada PT. Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang”, *Skripsi*, (Palembang: Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah, 2010)

Arafa ini menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) serta empat karakteristik syariah marketing yang berdasarkan prinsip syariah yaitu Rabbaniyyah, yaitu bersifat ketuhanan yang meyakini bahwa ada Allah SWT yang Maha melihat segala kegiatan, etis (*Akhlakiyah*), yaitu etika dalam bisnis yang diajarkan Rasulullah SAW, realitas (*al-Waqi'yyah*), yaitu berpenampilan yang bersih dan bersahaja dalam segala aktivitas pemasaran sedangkan humanistik (*al-Insaniyyah*), yaitu tidak mengambil keuntungan yang berlebihan dengan menghalalkan segala cara. Sistem pemasaran industri kecil ini dilakukan dengan kejujuran dan kepercayaan kepada konsumen.⁷ Perbedaan penelitian dengan penelitian saya yaitu tempat, dan produk yang diteliti dan persamaannya sama-sama membahas strategi yang digunakan dalam memasarkan produk.

Suci, Abidin, dan Kalsum melakukan penelitian tentang analisis finansial usaha ternak ayam probiotik (Skripsi Universitas Muhammadiyah Palembang). Penelitian tersebut menggunakan analisis finansial dan sensitivitas. Usaha ternak ayam probiotik dengan populasi 1.000 ekor per musim dinyatakan layak dan menguntungkan. Penurunan jumlah produksi 5% dan kenaikan harga pakan 6%, maka kelayakan dan keuntungan usaha akan berpengaruh (sensitif) terhadap perubahan, namun dengan kenaikan harga DOC 6% tidak mempengaruhi kelayakan dan keuntungan

⁷R.A. Nur Qomariyah. "Strategi Pemasaran Industri Kecil Kerajinan Kasur Lihab ArafaPalembang", *Skripsi*, (Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah, 2014), tidak diterbitkan. Marina. "Pasar dan Pemasaran Dalam Perspektif Islam", *Skripsi*, (Palembang: Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah, 2009)

usaha.⁸ Perbedaan penelitian adalah penelitian ini membahas strategi finansial dan persamaannya yaitu produk yang diteliti dan pemasarannya.

Rauf dan Adam melakukan penelitian tentang strategi pengembangan usaha ternak ayam petelur. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT. Pengembangan ternak ayam pedaging melalui program peningkatan produksi melalui usaha perluasan kandang dan peningkatan pengetahuan peternak, sehingga menambah pengalaman dalam budidaya ternak, serta mengembangkan kemitraan antara peternak dan pengusaha sehingga dapat menguasai pasar dan tersedianya pakan lokal.⁹ Pebedaannya adalah penelitian ini membahas tentang cara mengembangkan produk, persamaannya adalah produk yang diteliti dan strategi pemasarannya.

⁸ Suci, Abidin, dan Kalsum, *Melakukan Penelitian Tentang Analisis Finansial Usaha ternak Ayam Probiotik*. (2016)

⁹ Rauf dan Adam *Melakukan Penelitian Tentang Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Petelur* (2014)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Optimalisasi

1. Pengertian Optimalisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, optimal adalah terbaik, tertinggi dan paling menguntungkan. Optimalisasi adalah upaya pengoptimalan yang artinya proses, cara dan perbuatan yang menjadikan paling baik.¹ Optimalisasi merupakan proses pencarian solusi yang bisa dicapai jika tujuan pengoptimalan adalah memaksimalkan keuntungan atau tidak selalu biaya yang paling kecil yang bisa ditekan jika tujuan pengoptimalan adalah meminimalisir biaya.²

Optimalisasi banyak juga diartikan sebagai ukuran dimana semua kebutuhan dapat dipenuhi dari kegiatan- kegiatan yang dilaksanakan. Menurut Winardi Ali optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya tujuan jika dipandang dari sudut usaha.

Berdasarkan pengertian diatas maka pengertian optimalisasi adalah suatu pekerjaan untuk mendapatkan keuntungan tanpa adanya pengurangan kualitas pekerjaan, sehingga dapat meningkatkan kualitas dan profesionalisme dalam pekerjaan. Selain itu optimalisasi adalah proses menemukan solusi terbaik, tidak selamanya berpatokan pada keuntungan

¹ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Indonesia Pengertian Optimalisasi*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1995), 705

² Hotniar Siringoringo, *Pemrograman Linier: Seri Teknik Riset Operasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 4.

yang paling tinggi namun memaksimalkan keuntungan dan meminimalisir biaya.³

2. Indikator Optimalisasi

Terdapat dua Indikator Optimalisasi yang harus diidentifikasi, yaitu:⁴

a. Tujuan

Sasaran dari optimalisasi dapat berupa memaksimalkan atau meminimalisir. Maksimalkan artinya apabila tujuan optimalisasi berhubungan dengan keuntungan, penerimaan dan sejenisnya. Sedangkan meminimalisir artinya apabila tujuan optimalisasi berhubungan dengan biaya, waktu, jarak dan sejenisnya. Penentuan tersebut harus disesuaikan dengan apa yang akan dimaksimalkan atau diminimalisir.

b. Alternative Keputusan

Alternatif keputusan adalah kegiatan untuk mencapai sebuah tujuan. Pengambilan alternatif keputusan juga tidak terlepas dari beberapa pilihan atau pertimbangan yang sudah dipikirkan dengan matang.

Optimalisasi sangat diperlukan dalam berbagai aktivitas terlebih lagi optimalisasi yang berkaitan dengan jasa pelayanan kepada masyarakat. Komponen standar pelayanan sebagai bentuk

³ Hotniar Siringoringo, *Pemrograman Linear: Seri Teknik Riset Operasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 4.

⁴ Krisna Amelia Yuniar, *Optimalisasi Pengelolaan Zakat dan Efektifitas Amil Zakat terhadap Peningkatan Perolehan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), 17.

pengoptimalisasi adalah dasar hukum, persyaratan, sistem, mekanisme dan prosedur, jangka waktu penyelesaian, biaya/tarif, produk pelayanan, sarana, prasarana dan/atau fasilitas, kompetensi pelaksana, pengawasan internal, penanganan pengaduan, saran dan masukan, jumlah pelaksanaan, jaminan pelayanan yang memberikan kepastian pelayanan dilaksanakan sesuai dengan standar pelayanan, jaminan keamanan dan keselamatan pelayanan dalam bentuk komitmen untuk memberikan rasa aman, bebas dari bahaya dan risiko keraguan, serta evaluasi kinerja pelaksanaan.⁵

B. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah sebuah strategi bisnis yang mengacu pada aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan penjualan suatu produk. Di sini, pemasaran adalah mencakup periklanan, penjualan, dan pengiriman produk kepada konsumen atau bisnis lain. Beberapa aktivitas pemasaran seringkali dilakukan oleh perusahaan lain.

Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri dalam bukunya yang berjudul Manajemen Pemasaran mendefinisikan bahwa pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

⁵ <http://bkd.jogjaprovo.go.id/detail/optimalisasi-pelayanan-publik/295>,

Definisi pemasaran menurut Swastha adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk Sari melakukan penelitian tentang analisis finansial dan strategi pengembangan usaha perdagangan telur eceran.merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli. Winardi menambahkan pemasaran terdiri dari tindakan- tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atau benda dan jasa yang menimbulkan distribusi fisik. Fungsi dan peranan pemasaran adalah mengusahakan agar pembeli memperoleh barang yang diinginkan pada tempat, waktu dan dengan harga yang tepat. Dalam pemasaran suatu produk perlu memperhatikan saluran pemasaran produk.⁶

Menurut Marius saluran distribusi adalah suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan terdiri dari agen, dealer, pedagang besar, dan pengecer melalui komoditi produk atau jasa dipasarkan. Adapun macam-macam saluran distribusi barang konsumsi menurut Swastha dan Irawan yaitu :

a. Produsen → konsumen

Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkan melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen

⁶ Abdullah, Thamrin dan Tantri, *Manajemen Pemasaraan*. (Jakarta: Rajawali Pers. 2013), 55

(dari rumah ke rumah) oleh karena itu saluran ini disebut sebagai saluran langsung.

b. Produsen → pengecer → konsumen

Saluran ini juga disebut saluran langsung disini pengecer besar langsung pada produsen ada pula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen namun alternative ini tidak umum dipakai.

c. Produsen → pedagang besar → pengecer →konsumen

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 dan pembelian konsumen dilayani pengecer saja.

d. Produsen → agen → pengecer → konsumen

Disini produsen memilih agen (agen penjualan/agen pabrik) sebagai penyalurnya. Kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada pengecer besar.

e. Produsen → agen → pedagang besar → pengecer → konsumen

Dalam saluran distribusi, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang

besar yang kemudian menjualnya kepada toko toko kecil. Agen yang terlibat dalam distribusi ini terutama agen penjualan.⁷

2. Pemasaran Menurut Syariah

Menurut Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, pemasaran Islami adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip al-Qur'an dan hadis.⁸ Menurut Kertajaya sebagaimana dikutip Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, bahwa secara umum pemasaran Islami adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.⁹

Pentingnya pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli.¹⁰ Keberadaan pasar yang terbuka memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk ambil bagian dalam menentukan harga, sehingga harga ditentukan oleh kemampuan riil masyarakat dalam mengoptimalkan faktor produksi

⁷ Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu. (2014)

⁸ Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta., 340

⁹ *Ibid.*. 343

¹⁰ Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, . 201

yang ada di dalamnya.¹¹ Konsep Islam memahami bahwa pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif.¹² Dalam Syari'ah marketing, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridha Allah, maka bentuk transaksinya insyaAllah menjadi nilai ibadah dihadapan Allah SWT.

Ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad berhasil dalam melakukan bisnis yaitu:¹³

- a. Shiddiq (jujur atau benar) dalam berdagang Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya.
- b. Amanah (atau dapat dipercaya) saat menjadi pedagang Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun atau sisa barang.
- c. Fathanah (cerdas) dalam hal ini pemimpin yang mampu memahami, menghayati, dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik.
- d. Tabligh (komunikatif) jika seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tetap sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

¹¹ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: UII, 2008, 229

¹² Mustafa Edwin Nasution, *et. al.*, *Pengenalan Ekklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2014, 160

¹³ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir, *Syari'ah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006,28

3. Konsep Pemasaran Syariah

Dalam perspektif Islam pemasaran merupakan suatu yang sangat penting, Al-Qur'an menggunakan konsep pemasaran dalam arti yang sangat luas. Tekanan Al-Qur'an diarahkan pada manfaat barang yang diproduksi. Memproduksi barang harus mempunyai hubungan dengan kebutuhan hidup manusia.

Sejak zaman Rasulullah Islam telah mengajarkan tentang cara pemasaran yang sesuai dengan ajaran Islam, termasuk dalam ruang lingkup bisnis.¹⁴ Pemasaran syariah merupakan sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari suatu inisiator kepada stakeholder-nya, yang dalam keseluruhannya prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.¹⁵

Disamping itu, Islam Mengajarkan untuk menjaga kualitas dan keberadaan produk. Islam melarang jual beli suatu produk yang belum jelas (Gharar) bagi Pembeli. Pasalnya, disini berpotensi terjadi penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak. Oleh karena itu Rasulullah SAW mengharamkan jual beli barang yang tidak jelas produknya.

Produk dalam perspektif syari'ah harus memenuhi standarisasi mutu dan keberadaan barang. Fiqih Muamalah tegas mengharamkan

¹⁴ Abdurahman Zen, Strategi Genius Marketing ala Rasulullah, DIVA Press, Jogjakarta, 2011, 16

¹⁵ Aziz Hakim Muhammad, Sistem Operasional Pemasaran Syariah, Renaisan, Jakarta, 2007, 15

praktek jual beli yang menipu dengan ketidak jelasan mutu dan keberadaan bank.

Tingkat penjualan merupakan grafik yang menunjukkan keberhasilan dari proses produksi, promosi dan distribusi. Dalam jual beli konsep pemasaran pun mempunyai peran yang sangat penting sehingga harus mengedepankan kejujuran. Dalam Islam transaksi bisnis apa saja diperbolehkan oleh Islam, selama hal tersebut tidak bertentangan dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam.

Uraian diatas menggambarkan betapa kompleksnya masalah pemasaran dalam suatu perusahaan, strategi yang tepat merupakan hal yang penting didalam menyampaikan pesan kepada konsumen, dengan melalui media pelayanan yang berkualitas sudah pasti suatu perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualannya untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, dan dapat dilihat dari kegiatan manajemen yang mempunyai peran dalam upaya untuk mencapai tujuan perusahaan, yakni meningkatkan penjualan dengan menjaga kualitas pelayanan agar konsumen puas secara lahiriyah dan secara batiniyah. Salah satu cara agar penjualan meningkat yaitu dengan melalui media promosi yang baik, karna dengan adanya promosi masyarakat dapat mengenal produk yang ditawarkan.

C. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran adalah sebagai berikut : Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar

tujuan perusahaannya. Maka, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

Bauran pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan di antara elemen-elemen yang ada dalam marketing mix itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan elemen yang lainnya.¹⁶

Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan tool atau alat bagi marketer yang terdiri dari berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang dapat berjalan sukses. Konsep bauran pemasaran tradisional (*traditional marketing mix*) terdiri dari 5P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*).

Terdapat beberapa konsep bauran pemasaran dari para ahli. Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran (bauran pemasaran terdiri dari empat yaitu product (produk), price (harga), place(tempat/saluran distribusi) dan promotion (promosi). Bauran pemasaran terdiri dari 5P. Marketing mix merupakan sebuah istilah yang tidak asing untuk orang yang bergelut di bidang marketing ataupun bagian pemasaran. Yang dimaksud dengan Marketing Mix 5P adalah alat yang dapat digunakan untuk mempengaruhi

¹⁶ Tjiptono, Fandy dkk. *Pemasaran Strategik*. (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2008),90

keputusan dari calon pelanggan maupun pelanggan sehingga terjadi pencapaian target pemasaran.

Strategi pemasaran atau lebih dikenal dengan nama Marketing Mix Strategy pelaksanaan strategi ini dibagi kedalam:

1. Produk (*product*)

Dalam strategi marketing mix, langkah yang pertama dilakukan adalah strategi produk. Hal ini penting karena yang akan dijual adalah produk dan konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Dalam strategi produk yang perlu diingat adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari nama produk, bentuk, isi, atau pembungkus. Strategi produk yang perlu dan harus dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan produknya adalah:

2. Harga (*Price*)

Setelah produk berhasil diciptakan dengan segala atributnya, langkah selanjutnya adalah menentukan harga produk. Pengertian harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya suatu produk dan jasa yang ditawarkan. salah dalam menentukan

harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.¹⁷

Adapun faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam penetapan harga adalah :

a. Factor –factor intern

1) Sasaran Pemasaran

Sasaran-sasaran yang umum bertahan hidup dengan menetapkan harga terendah selama harga penjualan masih dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap sehingga perusahaan masih tetap survival. Sasaran kedua memaksimumkan laba jangka pendek dimana perusahaan lebih menitikberatkan pada kemampuan keuangan yang ada. Sasaran ketiga kepemimpinan market share dengan menetapkan harga yang serendah mungkin, untuk menjadi lebih unggul dalam market-share. Dan sasaran terakhir adalah kepemimpinan mutu produk dimana perusahaan menetapkan harga yang tinggi untuk menutup biaya pengendalian mutu produk.

2) Strategi marketing-mix

Keputusan mengenai harga harus dikoordinasikan dengan keputusan-keputusan mengenai desain produk, distribusi dan promosi. Disini harga merupakan faktor kunci penentuan posisi produk di pasar, desain produk, dan berapa besarnya biaya yang

¹⁷ Basu Swastha dan Irawan. Manajemen Pemasaran Moderen. Jakarta: FE UI. 2007), 12

diperlukan, selain itu juga menentukan ciri-ciri produk yang akan ditawarkan.

3) Biaya

Perusahaan menetapkan suatu harga yang dapat menutup semua biaya untuk memproduksi, mendistribusi dan menjual produk tersebut, termasuk suatu tingkat laba yang wajar atas segala upayanya serta resiko yang dihadapinya.

4) Pertimbangan Organisasi

Manajemen harus menetapkan siapa di dalam organisasi yang bersangkutan yang bertanggung jawab atas penetapan harga. Mereka yang juga turut mempengaruhi penetapan harga ialah manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan dan akuntan serta para wiraniaga.

b. Faktor-faktor Ekstern

1) Pasar dan Permintaan

Sebelum menetapkan harga, pemasar harus memahami hubungan antara harga dan permintaan terhadap produk atau jasa itu. Persepsi konsumen mengenai harga dan nilai dimana konsumen lah yang akan menentukan tepat tidaknya harga sebuah produk. Ketika menetapkan harga, perusahaan harus memperhatikan pula persepsi konsumen terhadap harga, bagaimana

persepsi tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan juga penetapan harga dalam berbagai jenis pasar.¹⁸

2) Biaya, Harga dan Tawaran Pesaing

Seorang konsumen yang mempertimbangkan akan membeli sebuah produk, akan mengevaluasi harga produk yang satu dengan produk sejenis lainnya, dan membandingkan kualitas produk-produk itu. Oleh karena itu perusahaan dalam menetapkan harga juga harus mengetahui harga dan mutu yang ditawarkan masing-masing perusahaan pesaing.

3) Faktor-faktor Eksternal Lainnya

Faktor-faktor lain itu, pertama kondisi ekonomi seperti inflasi, boom, resesi, serta tingkat bunga, mempengaruhi keputusan mengenai harga karena faktor-faktor tersebut mempengaruhi biaya produksi sebuah produk dan persepsi konsumen terhadap harga serta nilai produk itu. Kedua penjual-ulang, perusahaan harus menetapkan harga yang dapat memberikan laba yang wajar kepada penjual-ulang, meningkatkan dukungan mereka, dan membantu mereka untuk menjual produk secara efektif. Ketiga adalah pemerintah, dimana pemasar perlu mengetahui harga dan menjamin bahwa kebijakan mereka dalam penetapan harga tidak melanggar Undang-Undang.

¹⁸ Jurini, K.P.W. *Menetapkan Segmentasi Pasar*. (Bagian Proyek Pengembangan Kurikulum Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan Depdiknas, 2012), 201

3. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi adalah salah satu unsur marketing mix yang tidak dapat diabaikan dalam suatu proses penjualan. Dalam usaha menunjang penjualan suatu produk dan memperkenalkannya kepada orang lain atau konsumen, serta menarik konsumen untuk membeli produk maka diperlukan suatu usaha untuk mempromosikan produk tersebut.¹⁹

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumennya yang baru. Ada empat macam, sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan produknya, baik barang maupun jasa.²⁰

- a. Periklanan (*advertising*)
- b. Promosi Penjualan (*sales promotion*)
- c. Publisitas (*publicity*)
- d. Penjualan Pribadi (*personal selling*)

¹⁹ Senjaya et al, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Bandung: CV Alfabeta, 2013),⁶⁹

²⁰ Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Cetakan 1. Yogyakarta : CAPS, 2014),

4. Orang (*People*)

Orang (*people*) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari “people” yaitu terdiri dari:

- a. Pegawai perusahaan,
- b. Konsumen dan
- c. Konsumen lain dalam lingkungan jasa.

Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service counter*). Elemen *people* ini memiliki 2 aspek yaitu :

- a. *Service People*

Untuk organisasi jasa, *service people* biasanya memegang jabatan ganda, yaitu menggandakan jasa dan menjual jasa tersebut. Melalui pelayanan baik, cepat, ramah, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan nama baik perusahaan

- b. *Customer*

Faktor lain yang mempengaruhi adalah hubungan yang ada diantara para pelanggan. Pelanggan dapat memberikan persepsi kepada nasabah lain, tentang kualitas jasa yang pernah didapatnya dari perusahaan. Keberhasilan dari perusahaan jasa berkaitan erat dengan

seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen dari sumber daya manusia.

5. *Place* (Tempat)

Lokasi atau saluran distribusi adalah tempat atau wadah untuk menyampaikan jasa kepada pasar sasaran adalah dua kunci area keputusan. Hal ini memiliki relevansi yang besar karena jasa tidak bisa disimpan serta diproduksi dan dikonsumsi di tempat yang sama.

Distribusi jasa terdiri atas :

- 1) Lokasi dan Saluran distribusi produk dari perusahaan.
- 2) Saluran distribusi. Maksudnya adalah penyampaian jasa juga dapat melalui organisasi maupun orang lain.

D. Keberlangsungan Usaha

Perkembangan usaha berdampak pada tumbuhnya pengusaha baru. Semakin banyak pemilik usaha maka persaingan antar pelaku usaha semakin ketat. Persaingan usaha yang terjadi bukan hanya persaingan antar pasar di dalam negeri, namun juga pasar global, menuntut pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan produk yang beragam sekaligus efisien.²¹

Keberlangsungan usaha adalah kemampuan suatu sistem untuk mempertahankan tingkat produksinya yang dibantu oleh alam dalam kurun waktu jangka panjang. Bosma berpendapat bahwa faktor-faktor yang

²¹ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 1-2

mempengaruhi keberlangsungan usaha dapat dilihat dari sisi sumberdaya dari wirausaha, di antaranya adalah sebagai berikut:²²

1. Modal Manusia (Human Capital), merupakan modal yang dianggap penting karena pelaku usaha merupakan penggerak utama perusahaan dimana tingkat pendidikan dan pengalaman sebagai wirausaha akan meningkatkan probabilitas keberhasilan dalam bentuk penciptaan keuntungan dan daya tahan (survival).
2. Modal Keuangan (Financial Capital), dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha karena dapat dipastikan bahwa suatu usaha jika akan menjalankan usahanya akan membutuhkan sejumlah dana baik yang berasal dari pinjaman maupun modal pribadi.
3. Modal Sosial (Social Capital), modal ini dianggap berpengaruh terhadap keberlangsungan karena keseluruhan inti dari suatu usaha yang berjalan adalah bagaimana wirausaha dapat membangun jaringan sosial dan mendapatkan kepercayaan baik dari sesama pelaku usaha, pelanggan serta masyarakat sekitar.

Adapun indikator keberlangsungan usaha yaitu:

1. Strategi Promosi

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran

²² Muhammad Ni'am Anshori, "ANALISIS PENGARUH MODAL FINANSIAL DAN MODAL SOSIAL TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA SANTRI PADA KOMUNITAS SANTRIPRENEUR DI KABUPATEN TEMANGGUNG", skripsi (magelang: fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah, 2020), 14

atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.

2. Strategi Kepuasan Konsumen

Strategi kepuasan konsumen menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut konsumen suatu perusahaan. Yang diperhatikan adalah bahwa strategi kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia.

Setiap pengusaha menginginkan ketenangan pikiran dan kelangsungan usaha. Hal ini dapat dicapai apabila lingkungan bisnis menerima dan mendukung keberadaan bisnis tersebut. Keberadaan usaha yang dapat diterima oleh lingkungan biasanya dapat memberikan manfaat bagi seluruh komponen masyarakat sekitar.²³

Kelangsungan usaha, maksudnya adalah usaha yang dijalankan untuk jangka waktu yang panjang, bukan hanya sementara. Pemiliknya berharap bisnis yang didirikan akan terus eksis untuk waktu yang lama.²⁴ Adapun kelangsungan hidup usaha kecil, ini merupakan kelemahan karena dalam kebanyakan kasus kelangsungan hidup atau umur usaha relative pendek, meskipun ada yang sampai beberapa turunan. Hal ini disebabkan kepemimpinan pemilik sulit untuk diwariskan kepada keluarga, sehingga mengakibatkan kelangkaan sehingga perusahaan tidak dapat bertahan. Hal ini

²³ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 25

²⁴ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 28

disebabkan juga akibat pemiliknya meninggal dunia sulit untuk mencari penggantinya.²⁵ Hal tersebut sering terjadi dalam usaha kecil yang dikelola individu atau sebuah rumah tangga dalam keterbatasan mempertahankan kelangsungan usaha.

Handayani mengungkapkan bahwa ada beberapa jenis kelangsungan usaha, yaitu keberlanjutan permodalan, keberlanjutan sumber daya manusia, keberlanjutan produksi, dan keberlanjutan pemasaran, yang mengandalkan tiga kata kunci yang tersirat untuk mendefinisikan kelangsungan usaha yaitu untuk memenuhi kebutuhan, mengembangkan sumber daya, dan melindungi sumber daya.²⁶

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kelangsungan usaha adalah keadaan suatu perusahaan yang masih beroperasi atau sedang berjalan untuk waktu yang tidak ditentukan sejak didirikan sampai dengan saat ini dan yang dapat mempertahankan operasi perusahaan dengan produk yang dihasilkan.

²⁵ Ibid., 31

²⁶ Abdus Sami dan Muhammad Nafik HR, Pencapaian Dampak Shadaqah Pada Keberlangsungan Usaha (Studi Kasus: Testimoni 4 Pengusaha Muslim di Surabaya), Jurnal JESTT, Vol.1, No.3, Maret 2014, 215-216

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Kartini kartono mengemukakan (penelitian lapangan pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatusaat di tengah masyarakat).¹ Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung kelokasi penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di Peternakan Ayam Petelur.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, menurut pendapat Burhan Bungin penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi yang timbul dimasyarakat yang menjadi objek penelitian ini. Kemudian menarik permukaan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang kondisi, situasi tertentu.² Penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat.

¹Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: CV Mabdar Maju, 2006),22.

²Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), 48.

B. Sumber Data

Sumber data adalah salah satu yang paling vital dalam penelitian, kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka data yang diperoleh juga akan meleset dari yang diharapkan.³ Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Pengumpulan sumber data dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan kedalam sumber data primer dan sekunder :

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang langsung dari sumbernya dan segera diperoleh dari sumber data oleh penyidik untuk tujuan yang khusus.⁴ Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pemilik usaha peternakan ayam petelur bapak Yanwar dan bapak Tono

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang diluar dari penyidik sendiri.⁵ Sumber data sekunder peneliti maksudnya adalah sumber yang diperoleh dari dua orang konsumen usaha telur ayam bapak Yanwar dan dua orang konsumen usaha telur ayam bapak Tono serta kumpulan pustaka yang relevan seperti skripsi atau buku-buku yang dapat menunjang dalam penulisan penelitian ini, seperti :

³Ibid, 129

⁴Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1998), 163

⁵Ibid, 164.

- a) Fauzik Lendriyono, Beberapa Pemikiran Tentang Pembangunan Kesejahteraan Sosial,
- b) Miftahul Huda, Aspek Ekonomi dalam Syariat Islam, IAIN Mataram
- c) Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*,
- d) Agus Sucipto, Studi Kelayakan Bisnis
- e) Moh. Kasiram, Metode Penelitian Kuantitatif –Kualitatif

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data dari pustaka, dokumentasi dan konsumen tetap yang terkait dengan usaha peternakan ayam petelur.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara dimana dua orang atau lebih secara fisik langsung berhadap-hadapan yang satu dapat melihat muka yang lain dan masing-masing dapat menggunakan saluran komunikasi secara wajar dan lancar. Dalam wawancara terdapat dua pihak yang masing-masing mempunyai kedudukan yang berlainan, pihak yang satu sebagai pencari informasi sedang yang lain sebagaipemberi informasi⁶

⁶Badan Penelitian dan Pengembangan Departemen Dalam Negeri Dan Otonomi Daerah RI tahun 2000, *Metode Penelitian Sosial Terapan Dan Kebijaksanaan*, 39-40.

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah bebas terpimpin, yaitu wawancara dengan menggunakan kerangka pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebagai bahan pertanyaan. Hal ini dimaksudkan agar arah wawancara tidak menyimpang dari pokok permasalahan.⁷

Dalam penelitian ini yang akan diwawancara adalah pemilik usaha telur ayam bapak Yanwar dan bapak Tono.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.⁸

Dari pendapat di atas sudah jelas bahwa yang dimaksud dengan dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan melihat atau menganalisis data yang digunakan dalam suatu penelitian dengan cara mencatat beberapa masalah yang sudah didokumentasikan oleh pemilik usaha peternakan ayam petelur serta keadaan dan keterangan yang berkaitan dengan usaha peternakan ayam petelur bapak Yanwar dan bapak Tono yang ada di Desa Sidoluhur.

⁷Ibid, 42.

⁸Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 143.

D. Teknik Analisa Data

Penelitian kualitatif ini menggunakan teknik analisis data secara induktif, yaitu berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus, kemudian dianalisis dan akhirnya ditemukan pemecahan persoalan yang bersifat umum. Mohammad Kasiram menyatakan bahwa induksi adalah cara berfikir dimana ditarik suatu kesimpulan yang bersifat umum dari berbagai kasus yang bersifat individual.⁹ Dengan cara berfikir ini, peneliti menggunakan interview untuk menguraikan usaha peternakan ayam petelur Siswanti ditinjau dari studi kelayakan bisnis kemudian ditarik kesimpulan secara umum.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, teknik analisa adalah suatu usaha untuk memproses data yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh peneliti baik dengan alat pengumpul data berupa wawancara (interview), observasi maupun dokumentasi, dan ada tiga tahap teknik analisa data yaitu:

1. Reduction (Reduksi data)

Proses pertama dengan data reduction (reduksi data) yaitu pada tahap ini, data yang diperoleh dari lokasi penelitian (data lapangan) dituangkan dalam uraian atau laporan yang lengkap dan terinci. Laporan lapangan oleh peneliti akan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting kemudian dicari tema atau polanya dengan cara diedit atau disunting, yaitu diperiksa atau dilakukan pengecekan tentang kebenaran responden yang menjawab, kelengkapannya, apakah ada jawaban yang tidak sesuai atau tidak

⁹Moh. Kasiram, *Metode Penelitian Kuantitatif -Kualitatif*, Cet. 2, (Yogyakarta: UIN Maliki Press, 2010), 193

konsisten. Kemudian dilakukan coding atau pengkodean, yaitu pemberian tanda atau simbol atau kode bagi tiap-tiap jawaban yang termasuk dalam kategori yang sama. Selanjutnya tabulasi atau pentabelan, yaitu jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dalam suatu table. Reduksi data ini dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung.

2. Display (Penyajian data)

Proses kedua yaitu dengan data display (penyajian data) yaitu dengan bentuk uraian singkat, bagan, maupun naratif dimaksudkan untuk memudahkan peneliti dalam melihat gambaran secara menyeluruh atau bagian-bagian tertentu dari penelitian. Dengan kata lain merupakan pengorganisasian data kedalam bentuk tertentu sehingga kelihatan dengan sosoknya lebih utuh.

3. Conclusion Drawing/Verification

Proses ketiga yaitu dengan conclusion drawing/verification (penarikan kesimpulan) yaitu dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Dalam penelitian kualitatif, penarikan kesimpulan dilakukan secara terus-menerus sepanjang proses penelitian berlangsung. Sejak awal memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data, peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari makna dari data yang dikumpulkan yaitu dengan cara mencari pola, tema, hubungan, persamaan, hal-hal yang sering timbul, maka akan diperoleh kesimpulan yang bersifat grounded.¹⁰

¹⁰Moh.Kasiram, *Metode Penelitian*.,195.

E. Teknik Keabsahan Data

Uji Keabsahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan benar penelitian ilmiah yang sekaligus untuk menguji data penelitian yang sudah diperoleh. Adapun teknik penjaminan keabsahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah Triangulasi data.

Triangulasi data dibedakan menjadi dua yaitu triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumen lainnya. Triangulasi sumber pada penelitian ini yakni peneliti melakukan wawancara di Bank Sampah Nusa PKK Kelurahan Banjar Sari tidak hanya satu sumber informan untuk menguji apakah data yang itu valid atau tidak.

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda seperti halnya data diperoleh dari wawancara lalu di cek dengan observasi, dan dokumentasi.¹¹ Untuk triangulasi teknik pada penelitian ini peneliti menguji keabsahan data yang diperoleh dari informan yakni pemilik usaha peternakan ayam petelur.

¹¹ Zulki Zulkifli, *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif*, (Yogyakarta, CV BUDI UTAMA, 2012, 113

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Desa Sidoluhur kecamatan Bangunrejo kabupaten Lampung Tengah. Kampung sidoluhur adalah merupakan salah satu dari tujuh belas kampung yang ada dalam wilayah Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah, daerah Tingkat II Lampung Tengah. Adapun asal mula kampung Sidoluhur berasal dari Kampung Kuripan Kecamatan Padang Ratu Kabupaten Lampung Tengah, mulai dibuka pada tahun 1959 dan resmi menjadi Kampung Difinitif tahun 1962 dengan luas kampung 1000 Ha atau 10 KM². Adapun Desa Sidoluhur memiliki batas-batas sebagai berikut :

1. Sebelah utara dengan Kampung : Sukanegara dan Timbulrejo
2. Sebelah Selatan dengan Kampung : Bangunrejo dan Sidorejo
3. Sebelah Barat dengan kampung : Sidodadi dan Sidomulyo
4. Sebelah Timur dengan Kampung : Sripendowo dan Sinarseputih

Dalam sejarah singkat Kampung Sidoluhur ada beberapa periode antara lain :

1. Periode tahun 1959 baru ditebang yang semula masih merupakan hutan dan pada tahun tersebut baru ada beberapa orang yang membukanya.
2. Periode tahun 1962 barulah resmi menjadi difinitif dengan kepala kampungnya adalah : Muksin
3. Periode tahun 1962 – 1970 Kepala Kampungnya bernama Muksin

4. Periode tahun 1971 – 1989 Kepala Kampungnya bernama Sudarno
5. Periode tahun 1989 – 2013 Kepala Kampungnya bernama Mujiono
6. Periode tahun 2013 – sampai dengan sekarang Kepala Kampungnya Puji Winarno

B. Usaha Penjualan Telur Ayam dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha di Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah

Usaha telur ayam yang berada di desa Sidoluhur sudah ada sejak 1990 an dan masih ada hingga saat ini. Dari sekian lama usaha telur ayam yang ada di desa sidoluhur ini sudah banyak peternak yang gulung tikar/ tutup yang tersisa hingga kini hanya 2 orang peternak, yaitu bapak Yanwar dan Bapak Tono.

Usaha telur ayam bapak Tono dan bapak Yanwar terletak di RW 01 RT 02 desa Sidoluhur, kenapa lokasi usaha dari bapak Yanwar dan bapak Tono sama karena mereka memang saudara, lebih tepatnya bapak Yanwar adik ipar dari bapak Tono. Bapak Tono memulai usahanya di tahun 2001, apa yang membuat bapak Tono membuka usaha telur ayam karena orang tua dari bapak Tono yaitu bapak Sugiono atau mbah Sugiono dulunya adalah peternak ayam petelur. Setelah menikah dan berkeluarga bapak Tono membuka usaha telur ayam untuk mengikuti jejak orang tuanya dengan modal yang di berikan berupa ayam sejumlah 800 ekor ayam.

Berselang 2 tahun yaitu tahun 2003 bapak Yanwar membuka usaha telur ayam sama seperti yang dilakukan oleh bapak Tono, bapak Yanwar menikahi

adik dari bapak Tono yang bernama ibu Siswanti dan di modali oleh mbah Sugiono berupa ayam berjumlah 750 ekor ayam.

1. Usaha Telur Ayam Bapak Tono

Bapak Tono memulai belajar menjadi peternak ayam petelur pada tahun 1992 hingga tahun 2000 dan memulai membuka usaha sendiri tahun 2001 dan bertahan hingga saat ini¹. Modal awal yang di berikan oleh orang tua bapak Tono berupa 800 ekor ayam untuk membuka usaha telur ayam². Harga telur yang di jual di tentukan berdasarkan pemerintah provinsi, serta pemilihan terhadap telur juga di lakukan berupa pemisahan antara telur yang retak atau cacat tidak untuk jual sedangkan untuk besar kecil ukuran telur dicampur, penjualan telur pada awal di bukanya usaha ini bapak Tono menawar kan telur ke warung kelontong dan reseller yang biasa membeli telur dalam jumlah yang banyak, kini usaha telur bapak Tono ini sudah bekerja sama dengan reseller yang biasa membeli telur dengan banyak dan menyalurkan ke pedagan kecil atau warung-warung kelontong³.

¹ Wawancara dengan bapak Tono pemilik usaha telur ayam tanggal 24 Desember pukul 11.36

² Wawancara dengan bapak Tono pemilik usaha telur ayam tanggal 24 Desember pukul 11.36

³ Wawancara dengan bapak Tono pemilik usaha telur ayam tanggal 24 Desember pukul 11.36

Gambar 4.1
Kondisi Kandang Ayam Bapak Tono



Kini usaha telur ayam bapak Tono dapat menghasilkan telur perhari sebanyak 200 kg telur, 200 kg telur ini dibagi menjadi 14 kotak telur, satu kotak telur seberat 15 kg dan harga 1kg telur adalah Rp24.500 sehingga omzet yang di dapat perhari Rp5.145.000 sedangkan untuk perbulannya Rp154.350.000⁴. Sedangkan untuk biaya pakan pehari dana yang di keluarkan oleh bapak Tono yaitu Rp 960.000, sedangkan untuk vitamin ayam sekitar Rp100.000, jadi untuk biaya pakan pebulan dana yang di keluarkan oleh bapak Tono yaitu Rp 28.800.000, sedangkan untuk vitamin ayam sekitar Rp3.000.000 dan karyawan sekitar Rp 6.000.000 perbulannya adalah Rp 37.800.000, jadi keuntungan bersihnya Rp 116.550.000.

⁴ Wawancara dengan bapak Tono pemilik usaha telur ayam tanggal 24 Desember pukul 11.36

Dengan banyaknya omzet yang di dapat bapak Tono sudah mampu mensejahterakan keluarganya sehingga dapat memenuhi sandang, pangan, papan dan dapan mensekolah kan anak-anaknya hingga ke jenjang yang lebih tinggi serta mempekerjakan 3 orang karyawan sehingga karyawan tersebut dapat memenuhi kebutuhan keluarga mereka⁵

Gambar 4.2
Telur Ayam yang Sudah di Ambil



Usaha telur ayam yang di geluti oleh bapak Tono sudah berjalan lebih dari 20 tahun lamanya, selama itu sudah banyak kendala yang terjadi pada usaha telur ayam bapak Tono selama itu juga bapak Tono dapat mengatasi kendala-kendala tersebut. Untuk kendala yang di hadapi oleh bapak Tono sering terjadinya penurunan permintaan pasar terhadap telur dan meningkatnya produksi terhadap telur sehingga banyak telur yang

⁵ Wawancara dengan bapak Tono pemilik usaha telur ayam tanggal 24 Desember pukul 11.36

tidak terjual sehingga bapak Tono harus memutar otak supaya target yang di tentukan terhadap penjualan telur tersebut memenuhi apa yang sudah di tentukan setiap bualannya, sedangkan solusi yang di lakukan oleh bapak Tono yaitu menawarkan telur kepada reseller baru yang mau membeli telur tersebut.⁶

Pemilihan terhadap telur yang akan dijual yaitu telurnya harus bagus dan tidak ada cacat atau retak dicangkang telur dan untuk besar kecil telur tidak di pisah, sedangkan penentuan harga terhadap telur sudah ada yang menentukan di provinsi. Target yang di tentukan oleh bapak Tono yaitu telur yang di produksi setiap harinya harus habis terjual pada akhir bulan produksi. Untuk pembuatan kandang juga harus memerlukan izin yang harus disetujui oleh masyarakat sekitar melalui ketua RT dengan surat pernyataan yang ditanda tangani oleh masyarakat lalu diajukan ke kabupaten, untuk karyawan yang bekerja dipeternakan telur ayam bapak Tono paling lam sudah 2 tahun bekerja dan selama itu juga bisa mensejag terakan keluarganya.⁷

Sedangkan kendala lain yang pernah terjadi terhadap usaha telur ayam bapak Tono yaitu sering terjdinya penurunan harga pada telur sedangkan harga terhadap pakan ayam tetap atau mengalami kenaikan harga sehingga omzet dan pengeluaran tidak sama banyak pengeluaran yang dilakukan tetapi tidak sesuai dengan apa yang di dapatkan, solusi

⁶ Wawancara dengan bapak Tono pemilik usaha telur ayam tanggal 24 Desember pukul 11.36

⁷ Wawancara dengan bapak Tono pemilik usaha telur ayam tanggal 24 Desember pukul 11.36

yang dilakukan oleh bapak Tono yaitu mengurangi pembelian jagung dan menanam sendiri jagung sebagai campuran pakan ayam⁸.

Kendala yang terjadi dalam kurun 5 tahun terakhir yaitu kurang stabilnya harga telur, terkadang harga telur turun sampai menyentuh diangka Rp20.000, yang terparah sewaktu pandemi covid-19 ditahun 2020 harga telur turun sampai menyentuh angka Rp16.000. Solusi yang dilakukan oleh bapak Tono yaitu langkah yang pertam pengurangan terhadap ayam yang waktu itu menyentuh 8000 ekor harus di kurangi 2000 ekor ayam lalu untuuk langkah yang kedua menutup kerugian dengan meminjam uang di bank agar usaha tetap berjalan, kendala tersebut terjadi selama 10 bulan lama nya.⁹ Agar reseller percaya dan terus membeli telur yang diproduksi oleh peternakan telur ayam bapak Tono, bapak Tono menerapkan kejujuran terhadap berat perkotak telur yang disetorkan kepada reseller.

Untuk sekarang kendala yang terjadi yaitu permintaan pasar terhadap telur semakin meningkat sedangkan produksi telur tetap sama atau tidak dada kenaikan terhadap peroduksi telur sehinga tidak bisa memenuhi permintaan pasar terhadap telur, sedangkan solusi yang diambil oleh bapak Tono agar bisa memenuhi permintaan pasar terhadap

⁸ Wawancara dengan bapak Tono pemilik usaha telur ayam tanggal 24 Desember pukul 11.36

⁹ Wawancara dengan bapak Tono pemilik usaha telur ayam tanggal 24 Desember pukul 11.36

telur harus mengambil telur yang di produksi oleh peternak lain untuk memenuhi permintaan pasar terhadap telur.¹⁰

2. Usaha Telur Ayam Bapak Yanwar

Bapak Yanwar memulai usahanya tahun 2003, modal awal untuk membuka usaha telur ayam berupa 750 ekor ayam. Penjualan diawal terbentuknya usaha telur ayam ini, bapak Yanwar melakukan penjualan dengan cara berkeliling membawa telur dan menawarkan ke warung-warung kecil dan reseller agar telur tersebut dapat terjual. Untuk sekarang bapak Yanwar sudah bekerja sama dengan reseller telur dan kerja sama mereka sudah berjalan selama 5 tahun ini.¹¹

Kerja sama tersebut bisa terjadi karena saling percaya antara bapak Yanwar dan dan reseller tersebut. Kini usaha telur ayam bapak Yanwar dapat menghasilkan telur perhari sebanyak 300 kg telur yang di bagi menjadi 20 kotak telur perkotak telur seberat 15 kg dan perkilo telur di hargai Rp24.500 sehingga omzet yang di dapat perhari Rp7.200.000 dan omzet yang di dapat perbulan adalah Rp216.000.000.¹² Sedangkan untuk biaya pakan pehari dana yang di dikeluarkan oleh bapak Yanwar yaitu Rp 2.400.000, sedangkan untuk vitamin ayam sekitar Rp200.000, , jadi untuk biaya pakan pebulan dana yang di dikeluarkan oleh bapak Yanwar yaitu Rp 72.000.000, sedangkan untuk vitamin ayam sekitar Rp6.000.000 dan

¹⁰Wawancara dengan bapak Tono pemilik usaha telur ayam tanggal 24 Desember 2023 pukul 11.36

¹¹ Wawancara dengan bapak Yanwar pemilik usaha telur ayam tanggal 16 Desember 2023 pukul 11.10

¹² Wawancara dengan bapak Yanwar pemilik usaha telur ayam tanggal 16 Desember 2023 pukul 11.10

karyawan sekitar Rp 8.400.000 perbulannya adalah Rp 86.400.000, jadi keuntungan bersihnya Rp 129.600.000.

Dengan omzet yang di dapat bapak Yanwar dapat memenuhi kebutuhan keluarganya dan mensejahterakan istri dan anak-anaknya serta memberikan pendidikan yang layak terhadap anak-anaknya dan mampu mempekerjakan 4 orang karyawan dan karyawan tersebut dapat memenuhi kebutuhan keluarganya¹³

Gambar 4.3
Telur Ayam yang Sedang di Kumpulkan



Kendala yang terjadi terhadap usaha telur ayam bapak Yanwar kurang lebih hampir sama dengan yang di alami oleh bapak Tono seperti kurangnya permintaan pasar terhadap telur sehingga banyak telur yang tidak terjual, solusi yang di lakukan oleh bapak Yanwar yaitu menjual ke warung-warung kelontong dan tetangga sekitar tempat tinggal nya dengan

¹³ Wawancara dengan bapak Yanwar pemilik usaha telur ayam tanggal 16 Desember 2023 pukul 11.10

harga yang sedikit miring dari harga yang ada di pasar. Pemilihan telur yang akan di jual memisahkan anatar telur yang cacat atau retak dengan telur yang bagus dan untuk besar kecil telur di campur, sedangkan harga telur sudah di tentukan oleh pemerintah provinsi.¹⁴

Untuk membuat kandang juga memerlukan izin dari masyarakat sekitar tempat yang akan di bangun kandang melalui ketua RT dengan surat pernyataan yang di tanda tangani oleh masyarakat lalu di ajukan ke kabupaten. Pegawai yang bekerja di peternakan telur ayam bapak Yanwar sudah bekerja dalam kurun waktu 5 tahun dan selama itu juga mereka dapat memenuhi kebutuhan keluarga mereka.

Target yang di tentukan oleh bapak Yanwar yaitu telur yang di produksi setiap harinya harus habis setiap di akhir bulan. Kendala lain yang di hadapi oleh bapak Yanwar seperti kurangnya produksi telur yang di akibat kan penyakit terhadap ayam dan ayam yang sudah tidak bisa bertelur lagi atau afkir, serta ayam baru yang menggantikan ayam afkir tersebut butuh waktu 1bulan untuk bisa bertelur. Solusi yang di lakukan oleh bapak Yanwar yaitu menabuh jumlah ayam sehingga dapat memperbanyak produksi telur, walaupun ada masalah seperti yang di sebutkan tadi akan tersa lebih ringan.¹⁵

¹⁴ Wawancara dengan bapak Yanwar pemilik usaha telur ayam tanggal 16 Desember 2023 pukul 11.10

¹⁵ Wawancara dengan bapak Yanwar pemilik usaha telur ayam tanggal 16 Desember 2023 pukul 11.10

Gambar 4.4
Proses Pengambilan Telur



Kendala yang terjadi selama dalam kurun 5 tahun terakhir yang paling terasa dampaknya oleh bapak Yanwar waktu terjadinya pandemic covid-19 karena harga turun hingga diangka Rp16.000, kendala ini terjadi kurang lebih selama 10 bulan kerugian yang dialami oleh bapak Yanwar perbulanya yaitu Rp15.000.000. Solusi yang dilakukan oleh bapak yanwar yaitu dengan cara menambahkan modal agar dapat menutup kerugian yang di alami setiap bulan nya sekitar Rp15.000.000 dan hal tersebut di lakukan selama 10 bulan lamanya.¹⁶

Strategi yang di lakukan agar peternakan telur ayam bapak Yanwar betahan hingga saat ini yaitu untuk jagung sebagai campuran pakan ayam bapak Yanwar tidak membeli tetapi dengan menanam sendiri sehingga modal yang dipakai untuk membli pakan berkurang. Penjualan telur ayam

¹⁶ Wawancara dengan bapak Yanwar pemilik usaha telur ayam tanggal 16 Desember 2023 pukul 11.10

ini sendiri sudah memenuhi target yang ingin di capai oleh bapak Yanwar setiap bulannya. Kepercayaan reseller terhadap bapak Yanwar sudah terjalin selama 5 tahun karena bapak yanwar menerapkan kejujuran terhadap telur yang di jualnya sehingga reseller percaya dan terus membeli telur di peternakan telur aym bapak Yanwar.

Untuk kendala yang terjadi akhir-akhir ini yaitu permintaan pasar terhadap telur yang semakin meningkat sedangkan produksi telur tetap sama atau menurun sehingga tidak dapat memenuhi permintaan pasar terhadap telur, solusi yan diambil oleh bapak Yanwar yaitu menambah lagi jumlah ayam yang di kandang sehingga produksi telur meningkat dan dapat memenuhi permintaan telur terhadap pasar.

Berdasarkan wawancara terhadap pelanggan dari bapak Tono dan bapak Yanwar yaitu ibu Sri Astuti, ibu Sumijah, ibu Ana, dan bapak Parjilan tentang keberadaan peternakan telur ayam bapak Yanwar dan bapak Tono. Menurut ibu Sri Astuti keberadaan peternakan telur ayam bapak Yanwar selaku pelanggan tetap bapak Yanwar yaitu peternakan itu sangat membantu, dengan adanya peternakan telur ayam kami dengan mudah dapat membeli atau memesan telur dan mendapatkan telur yang sedikit lebih banyak dari pada membeli di warung kelontong yang jarak nya lebih jauh atau di desa lain.¹⁷

Menurut penuturan ibu Sumijah keberadaan peternakan telur ayam tersebut sangat membantu karena selain membeli kebutuhan pokok berupa

¹⁷ Wawancara dengan ibu Sri Astuti pembeli telur ayam bapak Yawar tanggal 27 Desember 2023 pukul 10.00

telur sang suami yaitu bapak Kastowo sering di mintai untuk bekerja membuat kandang ayam sehingga dapat menambah penghasilan dari keluarganya.¹⁸

Dari penuturan yang di utarakan oleh ibu Ana selaku pembeli telur dari peternakan telur ayam bapak Tono sangat membantu dengan adanya peternakan telur ayam itu kami dapat membeli telur ayam tanpa harus menempuh jarak yang jauh dan belum tentu ketika membeli di warung telur yang di cari ada sehingga tidak melakukan hal yang sia-sia dengan mencari kembali warung yang menjual telur ayam.¹⁹

Dari yang di tuturkan oleh bapak Parjilan tetang peternakan telur ayam bapak tono selain membeli telur dengan mudah dengan tidak perlu menempuh jarak yang jauh dia sering di mintai untuk bekerja menurunkan pakan yang dating dari mobil ke gudang atau membantu panen jagung yang bapak Tono tanam untuk campuran pakan ayam dan ketika pembayaran bapak Parjilan sering mendapatkan bonus berupa telur.²⁰

C. Analisis Optimalisasi Penjualan Telur Ayam dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha di Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah

UMKM adalah suatu usaha perniagaan yang pengelolaannya dilakukan oleh individu atau perorangan serta badan usaha yang terklasifikasi ke dalam tiga golongan yaitu Usaha Mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Untuk

¹⁸ Wawancara dengan ibu Sumijah pembeli telur ayam bapak Yawar tanggal 27 Desember 2023 pukul 11.00

¹⁹ Wawancara dengan ibu Ana pembeli telur ayam bapak Tono tanggal 27 Desember 2023 pukul 13.00

²⁰ Wawancara dengan Bapak Parjilan pembeli telur ayam bapak Tono tanggal 27 Desember 2023 pukul 14.00

mendukung kinerja UMKM saat ini para pelaku usaha harus dapat memasarkan produknya dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

Strategi pemasaran merupakan ujung tombak untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Di samping itu, tujuan strategi pemasaran juga digunakan untuk menjatuhkan melawan, atau menghadapi seranga pesaing yang ada dan yang akan masuk. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjadi dan berliku-liku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Di samping itu, banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan.

Optimalisasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai suatu tujuan terdapat suatu rintangan atau kendala dan untuk mencapai tujuan ada kalanya harus melewati jalan yang berliku sehingga suatu yang di rencanakan untuk mencapai tujuan tidak sesuai dengan yang di rencanakan sehingga harus memakai alternative keputusan agar dapat melewati rintangan atau kendala yang dihadapi.

Berdasarkan wawancara dari pihak bapak Tono dan Bapak Yanwar peneliti menemukan hasil yang telah diterapkan oleh usaha telur ayam bapak Tono dan bapak Yanwar pengoptimalan penjualan yang dilakukan oleh bapak Yanwar dan bapak Tono dengan cara menggandeng reseller masing-masing 3 dan 4 reseller yang yang mengambil telur 2 hari sekali agar telur yang diproduksi setiap harinya terjual habis sesuai dengan indikator dari teori optimalisasi yaitu tujuan dan alternative keputusan.

Tujuan dari dibentuknya peternakan telur ayam bapak Tono dan bapak Yanwar yaitu untuk menunjang perekonomian keluarga atau sebagai pencaharian utama dari keluarga bapak Tono dan bapak Yanwar sehingga mereka harus mempertahankan peternakan telur ayam tersebut, alternative keputusan yang pernah di lakukan oleh kedua peternak tersebut terjadi pada waktu pandemic covid-19 mereka setiap bulan harus menambahkan modal agar usaha mereka tetap jalan dan mengurangi jumlah ayam sebanyak 2000 ayam, ayam yang dikurangi dalah ayam yang sudah tidak bertelur lagi atau afkir dan tidak menambah ayam lagi. bagaimanapun kendala atau rintangan yang di hadapi oleh bapak Tono maupun bapak Yanwar selama ini serta strategi yang sudah di rencanakan tidak sesuai dengan yang di rencanakan maka mereka harus makai keputusan lain untuk mempertahankan peternakan telur ayam tersebut.

Dalam menjalankan usahanya bapak Tono dan bapak Yanwar sudah sesuai dengan teori keberlangsungan usaha, dengan memenuhi faktor dan indikator dari teori keberlangsungan usaha.

Usaha telur ayam bapak Tono dan bapak Yanwar sudah memenuhi faktor dari keberlangsungan usaha yaitu:

1. Modal manusia (Human capitali) Dikatakan sudah memenuhi faktor tersebut karena bapak Tono dan bapak Yanwar mempunyai kemampuan untuk mengelola peternakan masing-masing sehingga dapat memperbesar peternakan dan dapat mempekerjakan masing-masing mempunyai 3 dan 4

karyawan yang sudah bekerja kepada mereka untuk menunggang perekonomian keluarganya.

2. Modal keuangan (Financial capital) Dikatakan sudah memenuhi faktor tersebut karena bapak Tono maupun bapak Yanwar mendapatkan dana yang dimodali oleh orang tuanya dan setelah sekian lama berjalan usaha tersebut mengalami kendala yang harus menambah kembali modal mereka untuk bapak Ynwar mempunyai dana lain yang dapat menunggang keberlangsungan usahanya yaitu tabungan yang sudah di persiapkan sehingga apabila ada kendala yang memerlukan tambahan modal dapat di gunakan sedangkan bapak Tono untuk menabah modal terhadap kendala yang terjadi tesebut yaitu dengan meminjam uang kepada bank.
3. Modal Sosial (Social Capital), Dikatakan sudah memenuhi faktor tersebut bapak Tono maupun bapak Yanwar mempunyai banyak relasi sesame peternak telur sehingga mempunyai reseller untuk menjual telur ayam tersebut serta pengelolaan terhadap kotoran ayam yaitu setiap harinya ada yang langsung memasukan kotoran ayam tersebut kedalam karung sehinga setiap bulannya di buang keladang sihingga dapat dijadikan pupuk untuk menanam jagung itulah membuat masyarakat sekitar tidak ada yang komplain dikarenakan pengelolaan yang tepat terhadap kotoran ayam sehingga ketika hujan air yang mengalir tidak mencemari sumur yang ada di sekitar kandang.

Sedangkan indikator dari keberlangsungan usaha yang sudah dipenuhi yaitu:

1. Strategi Promosi

Sebelum mempunyai reseller yang sudah bekerja sama hingga saat ini bapak Tono dan bapak Yanwar menawarkan telur yang mereka produksi kepada reseller untuk memasok telur yang diproduksi kepada reseller tersebut, yang dilakukan oleh bapak Yanwar dan bapak Tono agar banyak reseller dan dapat bekerja sama dengan salah satu reseller yaitu dengan penawaran yang dibantu oleh relasinya melalui mulut ke mulut sehingga ada seorang reseller yang datang dan menawarkan kerjasama dan dapat bertahan hingga saat ini.

2. Strategi Kepuasan Konsumen

Untuk memenuhi kepuasan konsumen bapak Tono maupun bapak Yanwar menerapkan kejujuran berupa telur yang mereka pasok, kualitas telur yang mereka pasok, serta berat timbangan yang sesuai dengan apa yang semestinya kepada reseller sehingga dapat saling menaruh kepercayaan dari masing-masing pihak sehingga banyak konsumen yang puas dengan telur yang dijual oleh bapak Yanwar dan Bapak Tono melalui reseller tersebut, sehingga reseller tersebut terus bekerja sama dengan bapak Yanwar dan bapak Tono hingga saat ini.

Usaha telur ayam bapak Tono dan bapak Yanwar menggunakan strategi penjualan berupa strategi pendistribusian barang, strategi pendistribusian barang ini terbukti efektif karena telur yang diproduksi oleh peternakan telur ayam bapak Yanwar dan bapak Tono setiap harinya selalu terjual semua.

Dalam menjalankan usahanya bapak Tono dan Bapak Yanwar juga telah memenuhi teori konsep bauran pemasaran yaitu:

1. Produk (*Product*)

Dari konsep produk ini kedua peternak tersebut sudah memenuhi karena mereka sudah mempunyai produk sendiri berupa telur yang dihasilkan setiap harinya

2. Harga (*Price*)

Untuk penentuan harga kedua peternak ayam petelur tersebut tidak menentukan harga telurnya sendiri melainkan dari pemerintah daerah sudah ada yang menentukan harga dari telur tersebut.

3. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh bapak Yanwar dan bapak Tono agar banyak reseller dan dapat bekerja sama dengan salah satu reseller yaitu dengan penawaran yang dibantu oleh relasinya melalui mulut ke mulut sehingga ada seorang reseller yang datang dan menawarkan kerjasama dan dapat bertahan hingga saat ini.

4. Orang (*People*)

Untuk konsep people atau orang bapak Yanwar dan bapak Tono sudah mempunyai masing-masing bapak Yanwar mempunyai 4 orang karyawan dan bapak Tono mempunyai 3 orang karyawan yang sudah cukup lama bekerja kepada mereka.

5. Tempat (*Place*)

Penentuan tempat untuk menjual telur tersebut kedua peternak bapak Yanwar dan bapak Tono mereka menjual telur tersebut ke reseller, dan reseller tersebut mempunyai tempat yang strategis dipasar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan skripsi ini, yang berjudul Optimalisasi Penjualan Telur Ayam Dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Di Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah, dapat di simpulkan bahwa yang dilakukan peternak telur ayam untuk mengoptimalkan penjualan adalah dengan menggandeng reseller supaya produksi telur setiap harinya habis memaksimalkan strategi kepuasan konsumen selain itu para peternak juga memperhatikan faktor-faktor keberlangsungan usaha seperti, Modal Manusia (*Human capitali*), Modal Keuangan (*Financial Capitali*), Modal Sosial (*Social Capitali*) dan juga memperhatikan kosep bauran pemasaran seperti, Produk (*product*), Harga (*price*), Promosi (*Promotion*), Orang (*poeple*), dan Tempat (*place*).

B. Saran

Berdasarkan uraian di atas, maka saran yang dikemukakan peneliti adalah:

1. Untuk akademisi, penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang lebih kompleks sehingga dapat lebih optimal dalam meningkatkan pengetahuan dan

wawasan luas terkhusus tentang optimalisasi penjualan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha.

2. Untuk pemilik usaha telur ayam di desa Sidoluhur kecamatan Bangunrejo kabupaten Lampung Tengah tetap mempertahankan atau meningkatkan dalam pengoptimalan penjualan supaya usaha tersebut dapat berkembang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, *Manajemen Pemasaraan*. Jakarta: Rajawali Pers. 2013
- Abdullah, Thamrin dan Tantri, *Manajemen Pemasaraan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013
- Ali Hasan, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Cetakan 1. Yogyakarta : CAPS, 2014
- Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2014
- Badan Penelitian dan Pengembangan Departemen Dalam Negeri Dan Otonomi Daerah RI tahun 2000, *Metode Penelitian Sosial Terapan Dan Kebijakanaksanaan*.
- Basu Swastha dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Jakarta: FE UI. 2007
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2013
- Danang Sunyoto, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisni*), Yogyakarta: Penerbit CAPS, 2013
- Deni Priatna. “Strategi Pemasaran Produk Kaffah Mudharabah Pada PT. Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang”, *Skripsi*, Palembang: Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah, 2010
- Fauzik Lendriyono, *Beberapa Pemikiran Tentang Pembangunan Kesejahteraan Sosial*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2007
- Fauzik Lendriyono, *Beberapa Pemikiran Tentang Pembangunan Kesejahteraan Sosial*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2007
- Fauzik Lendriyono, *Beberapa Pemikiran Tentang Pembangunan Kesejahteraan Sosial*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2007
- Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika, 2012
- Hotniar Siringoringo, *Pemrograman Linear: Seri Teknik Riset Operasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005
- Hotniar Siringoringo, *Pemrograman Linier: Seri Teknik Riset Operasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005

<http://bkd.jogjaprov.go.id/detail/optimalisasi-pelayanan-publik/295>,

Isbandi Rukminto Adi, *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008

Jurini, K.P.W. *Menetapkan Segmentasi Pasar*. Bagian Proyek Pengembangan Kurikulum Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan Depdiknas, 2012

Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: CV Mabdar Maju, 2006

Krisna Amelia Yuniar, *Optimalisasi Pengelolaan Zakat dan Efektifitas Amil Zakat terhadap Peningkatan Perolehan Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) di Badan Amil Zakat Nasional BAZNAS Tulungagung*, Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017

M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2012

Miftahul Huda, *Aspek Ekonomi dalam Syariat Islam*, IAIN Mataram: Lembaga Konsultasi dan Bantuan Hukum (LKBH) IAIN Mataram, 2007

Moh. Kasiram, *Metode Penelitian Kuantitatif -Kualitatif*, Cet. 2, Yogyakarta: UIN Maliki Press, 2010

R.A. Nur Qomariyah. "Strategi Pemasaran Industri Kecil Kerajinan Kasur Lihab Arafapalembang", *Skripsi*, Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah, 2014, tidak diterbitkan. Marina. "Pasar dan Pemasaran Dalam Perspektif Islam", *Skripsi*, Palembang: Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah, 2009

Rauf dan Adam Melakukan Penelitian Tentang Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Petelur 2014

Senjaya et al, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta, 2013

Soetarso, *Praktek Pekerjaan Sosial Dalam Pembangunan Masyarakat*, Bandung: Koperasi Mahasiswa Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial Bandung, 1994

Suci, Abidin, dan Kalsum, *Melakukan Penelitian Tentang Analisis Finansial Usaha ternak Ayam Probiotik*. 2016

Sudrajad, *Kiat Mengentaskan Pengangguran dan Kemiskinan Melalui Wirausaha*, Jakarta: PT Bumi aksara Jl. Sawo Raya No. 18 Jakarta 13220, 2012

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet. 16, Bandung: Alfabeta, 2012

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Indonesia Pengertian Optimalisasi*, Jakarta: Balai Pustaka, 1995

Tjiptono, Fandy dkk. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2008

Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*, Bandung: Tarsito, 1998

Yeni Zailani. "Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Studi Pada CV. Rabbani Cabang Palembang", *Skripsi*, Palembang: Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah, 2012

LAMPIRAN-LAMPIRAN



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

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

Nomor : B-3589/In.28.1/J/TL.00/11/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Sukma Sari Dewi Chan (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **NUR SHOLEH IRFANI**
NPM : 1903011093
Semester : 9 (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : Optimalisasi Penjualan Telur Ayam Dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Di Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 29 November 2023
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana
NIP 198906022020121011

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

OPTIMALISASI PENJUALAN TELUR AYAM DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA DI DESA SIDOLUHUR KECAMATAN BANGUNREJO KABUPATEN LAMPUNG TENGAH

A. Wawancara

1. Sejak kapan bapak/ibu membuka usaha telur ayam ini?
2. Berpakah modal awal anda untuk membuka usaha telur ayam ini?
3. Apakah usaha ini sudah memberi keuntungan yang lebih sehingga berdampak pada keluarga anda?
4. Apakah dengan keuntungan tersebut bisa mensejahterkan keluarga anda?
5. Pernahkan permintaan pasar terhadap telur menurun sedangkan produksi telur meningkat dan apa solusi yang anda lakukan?
6. Adakah pemilihan terhadap telur yang layak di jual dan tidak layak di jual?
7. Harga telur yang anda jual tersebut apakah anda yang menentukan sendiri atau sudah di tentukan sesuai dengan harga di pasaran?
8. Apakah memerlukan izin dari masyarakat sekitar untuk membangun lokasi atau kandang ayam tersebut?
9. Apakah pegawai yang bekerja kepada anda merasa terbantu dalam memenuhi kebutuhan keluarganya?
10. Adakah kendala yang terjadi dalam kurun 5 tahun terakhir?
11. Solusi apakah yang bapak/ibu lakukan sehingga bisa bertahan terhadap kendala tersebut?
12. Strategi apa yang di lakukan agar penjualan telur ayam ini tetap berjalan hingga saat ini?
13. Apakah penjualan telur ayam ini memenuhi target yang anda tentukan setiap bulan nya?
14. Apa yang anda lakukan sehingga konsumen percaya dan terus membeli telur ayam di tempat anda?
15. Pernahkah permintaan pasar terhadap telur meningkat sedangkan produksi telur sedang menurun dan apa solusi yang anda lakukan?

B. Dokumentasi

1. Profil Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo
2. Foto Wawancara Pemilik Usaha Telur Ayam

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN.2008029201

Metro, Desember 2023
Peneliti,



Nur Sholeh Irfani
NPM. 1903011093



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

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

Nomor : B-3803/In.28/D.1/TL.00/12/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA DESA SIDOLUHUR
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3804/In.28/D.1/TL.01/12/2023, tanggal 13 Desember 2023 atas nama saudara:

Nama : **NUR SHOLEH IRFANI**
NPM : 1903011093
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada KEPALA DESA SIDOLUHUR bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di DESA SIDOLUHUR, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "OPTIMALISASI PENJUALAN TELUR AYAM DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA DI DESA SIDOLUHUR KECAMATAN BANGUNREJO KABUPATEN LAMPUNG TENGAH".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 13 Desember 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



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

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

SURAT TUGAS

Nomor: B-3804/In.28/D.1/TL.01/12/2023

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

Nama : **NUR SHOLEH IRFANI**
NPM : 1903011093
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Melaksanakan observasi/survey di DESA SIDOLUHUR, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "OPTIMALISASI PENJUALAN TELUR AYAM DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA DI DESA SIDOLUHUR KECAMATAN BANGUNREJO KABUPATEN LAMPUNG TENGAH".
 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 tersebut.

Demikian surat tugas ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 13 Desember 2023





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-59/In.28/S/U.1/OT.01/02/2024**

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

Nama : NUR SHOLEH IRFANI
NPM : 1903011093
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 1903011093

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, 01 Februari 2024

Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002



**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 : Nur Sholeh Irfani
NPM : 1903011093
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Optimalisasi Penjualan Telur Ayam Dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Di Desa Sidoluhur Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 20%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 01 Januari 2024
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



**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
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Sholeh Irfani
NPM : 1903011093

Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy
Semester/TA : IX/2023

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 12-11-23	- Outline dan APD acc - lanjutkan u/ pengurusan surat research.	

Dosen Pembimbing,



Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN.2008029201

Mahasiswa Ybs,



Nur Sholeh Irfani
NPM. 1903011093



**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
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Sholeh Irfani
NPM : 1903011093

Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy
Semester/TA : X/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 17/1/24	- Urutkan hasil wawancara sesuai Perfomansi APD - Uraut analisis sesuai dengan hasil wawancara yg sudah diperoleh	

Dosen Pembimbing



Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN.2008029201

Mahasiswa Ybs,

Nur Sholeh Irfani
NPM. 1903011093



**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
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

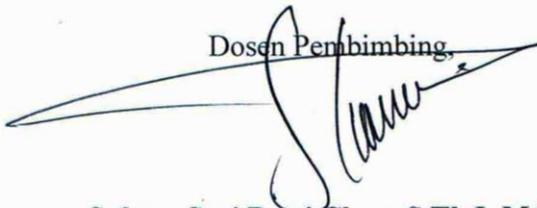
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Sholeh Irfani
NPM : 1903011093

Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy
Semester/TA : X/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat 19 Januari 2024	<ul style="list-style-type: none">- Penulisan di perbaiki (huruf kapital, penggunaan titik koma)- footnote wawancara diperbaiki- Bab Analisa diperbaiki- Kesimpulan diperbaiki- tambah is halamannya	

Dosen Pembimbing,



Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN.2008029201

Mahasiswa Ybs,



Nur Sholeh Irfani
NPM. 1903011093



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
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

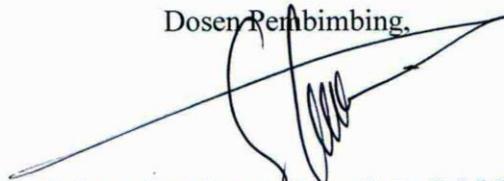
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Sholeh Irfani
NPM : 1903011093

Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy
Semester/TA : X/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 23 Januari 2024	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki kesimpulan- Tulisan typo diperbaiki- Dokumentasi diperbaiki	

Dosen Pembimbing,



Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN.2008029201

Mahasiswa Ybs,



Nur Sholeh Irfani
NPM. 1903011093



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
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Sholeh Irfani
NPM : 1903011093

Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy
Semester/TA : X/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 24/1/2024	- Perbaiki Kesimpulan - Perbaiki Abstrak - u - persembahan - u - motto	Sp

Dosen Pembimbing,

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN.2008029201

Mahasiswa Ybs,

Nur Sholeh Irfani
NPM. 1903011093



**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
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Sholeh Irfani

Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy

NPM : 1903011093

Semester/TA : X/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 25/1/24	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki saran- Perbaiki abstrak.- Perbaiki tulisan yg typo	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN.2008029201

Nur Sholeh Irfani
NPM. 1903011093



**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
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

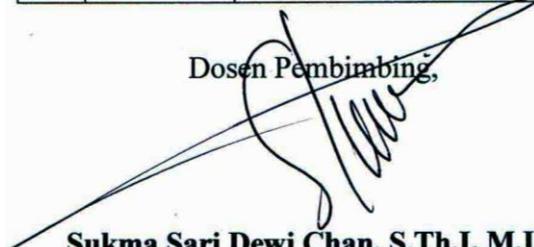
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Sholeh Irfani
NPM : 1903011093

Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy
Semester/TA : X/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat 25 Januari 2024	- Skripsi Acc a/ dimunaka syahkah.	

Dosen Pembimbing,


Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN.2008029201

Mahasiswa Ybs,


Nur Sholeh Irfani
NPM. 1903011093

DOKUMENTASI PENELITIAN

Gambar 1.1
Wawancara dengan Bapak Tono Pemilik Usaha Telur Ayam



Gambar 1.2
Foto Kandang Ayam Bapak Tono



Gambar 1.3
Foto Wawancara dengan Bapak Yanwar



Gambar 1.4
Foto Kandang Ayam Bapak Yanwar





RIWAYAT HIDUP



Nur Sholeh Irfani merupakan mahasiswa kelahiran Pringsewu 30 Juli 2001. Merupakan Anak Pertama dari pasangan Bapak Kusworo dan Ibu Sri Astuti. Penulis Menempuh pendidikan SDN 2 Sidoluhur lulus pada tahun 2013, SMPN 1 Bangunrejo lulus pada tahun 2016, SMA Negeri 1 Bangunrejo lulus pada tahun 2019, dan melanjutkan Studi S1 Ekonomi Syariah di IAIN Metro di mulai pada Tahun Akademik 2019/2020.