

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Ternak Kelinci Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Di Peternakan Kelinci Eka Jaya Rabbit Di Desa Sukosewu Kabupaten Blitar Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah” ini ditulis oleh Alvi Rofiqoh, NIM. 12405183226, pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya pesaing bisnis dalam bidang peternakan. Adanya persaingan disebabkan karena banyaknya peternak yang juga tersebar di wilayah tersebut. Untuk menghadapi persaingan tersebut dibutuhkan strategi pemasaran dan juga pengembangan ternak yang tepat agar dapat meningkatkan jumlah penjualan dengan tetap memegang prinsip manajemen bisnis syariah. Oleh karena itu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Peternakan Eka Jaya Rabbit yaitu dengan menerapkan bauran pemasaran 4p.

Fokus penelitian dalam pendekatan skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan peternakan Eka Jaya Rabbit Blitar untuk meningkatkan penjualan? (2) Bagaimana strategi pengembangan ternak kelinci pada peternakan Eka Jaya Rabbit Blitar untuk meningkatkan penjualan dalam perspektif manajemen bisnis syariah?.

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknis analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh peternakan eka jaya rabbit untuk meningkatkan jumlah penjualan adalah dengan menerapkan sistem bauran pemasaran yaitu: a) Produk (*product*), dengan meningkatkan mutu kelinci, dengan memberikan perawatan yang baik sehingga kelinci yang dihasilkan sehat, tidak cacat dan memiliki nilai jual yang tinggi, dan juga memanfaatkan produk kelinci mulai dari daging hingga kotoran kelinci yang nantinya dapat diolah dan dapat dijual. 2) Harga (*price*), mengamati dan memantau naik dan juga turunnya harga di pasaran. c) Tempat atau saluran distribusi (*Place*), menggandeng para mitra kerja yang telah bekerja sama untuk meningkatkan penjualan dan pendistribusian. d) Promosi (*Promotion*), memanfaatkan media sosial seperti youtube, whatsapp, facebook, instagram. (2) Penerapan strategi pemasaran dan pengembangan kelinci yang dilakukan oleh peternakan eka jaya rabbit untuk meningkatkan jumlah penjualan dalam perspektif manajemen bisnis syariah, yaitu dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah yang berlaku dalam melakukan kegiatannya. Dengan menerapkan sikap yang dicontohkan Nabi dalam berdagang yaitu, jujur, adil, amanah dan juga tanggung jawab dalam melakukan kegiatannya sesuai dengan prinsip syariah yang berlaku dan juga ketentuan dalam Hadist dan juga Al-Qur'an.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Jumlah Penjualan, Manajemen Bisnis Syariah

ABSTRACT

Skripsi with the title "Marketing Strategy and Development of Rabbit Livestock in Increasing Total Sales in Sukosewu Village, Blitar Regency in the Perspective of Sharia Business Management. (Case Study on Rabbit Farm Eka Jaya Rabbit Blitar)" This was written by Alvi Rofiqoh, NIM. 12405183226, adviser Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I

This research is motivated by the many business competitors in the livestock sector. The existence of this competition is due to the large number of breeders in the region. To face this competition, a marketing strategy is needed as well as the development of the right livestock in order to increase the number of sales by adhering to the principles of sharia business management. Therefore, the marketing strategy carried out by Eka Jaya Rabbit Farm is by implementing a 4p marketing mix.

The focus of the research in this thesis approach is (1) How is the marketing strategy applied by Eka Jaya Rabbit Blitar farm to increase sales? (2) What is the strategy for developing rabbits on the Eka Jaya Rabbit farm to increase sales in the perspective of sharia business management?.

In this study the approach used is a qualitative approach. With data collection techniques through interviews, observation, and documentation. Sources of data in this study using primary data and secondary data. Technical analysis of data using data reduction, data presentation, and verification.

The results of this study indicate that (1) The application of the marketing strategy carried out by the Eka Jaya rabbit farm to increase the number of sales is to apply a marketing mix system, namely: a) Product , by improving the quality of rabbits, by providing good care so that rabbits that are produced healthy, free from defects and has a high selling value, and also utilizes rabbit products ranging from meat to rabbit droppings which can later be processed and sold. 2) Price ,observing and monitoring the rise and fall of market prices. c) Place or distribution channel (Place), collaborating with partners who have worked together to increase sales and distribution. d) Promotion , utilizing social media such as YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram. (2) The implementation of marketing and development strategies for rabbits carried out by the Eka Jaya rabbit farm to increase the number of sales in the perspective of sharia business management, namely by applying sharia principles that apply in carrying out their activities. By applying the attitude exemplified by the Prophet in trading, namely, honest, fair, trustworthy and also responsible in carrying out their activities in accordance with applicable sharia principles and also the provisions in the Hadith and also the Qur'an.

Keywords: Marketing Strategy, Livestock Development, Total Sales, Sharia Business Managemen