

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas bisnis sering dipersepsikan pada sesuatu yang bersifat komersial dan cenderung bergerak untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan modal sekecil-kecilnya. Persepsi bisnis seperti ini tidaklah salah, namun tidak tepat dalam konteks bisnis modern, mengingat capaian bisnis tidak hanya sekedar untuk mencari keuntungan material semata. Dikutip menurut Aditama dalam bukunya menyatakan bahwa bisnis yang dibangun atas dasar persepsi tersebut diyakini tidak akan bertahan lama karena bangunan prinsip di dalamnya tidak kuat dan rapuh. Dalam pandangan Islam, bisnis tidak hanya sekedar berorientasi mencari keuntungan (*profit oriented*) akan tetapi ada pedoman yang mendasarinya. Islam mendorong manusia untuk beraktivitas dalam bisnis karena hal tersebut merupakan bagian dari ibadah atau perbuatan. Dengan demikian, dalam bisnis syariah, manajemen berperan sebagai elemen-elemen dasar yang selalu ada dan melekat pada proses bisnis yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. Urgensi manajemen dalam bisnis yang dirancang meliputi lima fungsi yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dan evaluasi. Manajemen dalam bisnis merupakan proses aktivitas penentuan dan pencapaian tujuan bisnis melalui pelaksanaan empat fungsi dasar: *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling* dalam penggunaan sumber daya

organisasi bisnis. Oleh karena itu aplikasi manajemen bisnis pada hakikatnya adalah juga perbuatan sumber daya insani dalam bisnis tersebut.<sup>2</sup>

Kegiatan bisnis merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk mencapai kesejahteraan, untuk mencapai itu semua dibutuhkan konsep dan manajemen, manajemen merupakan sebuah konseptual yang dijalankan manusia dengan cara melakukan perencanaan sampai kepada pengawasan dengan tujuan agar kegiatan yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif dan efisien kemudian dalam menjalankan bisnis Islam tidak membeda-bedakan kolega, antara satu konsumen dan konsumen lainnya dalam memberikan layanan. Bisnis merupakan aktivitas yang langsung berhubungan dengan manusia bisnis juga bagian dari usaha manusia untuk mencapai kesejahteraan kebahagiaan dunia dan akhirat namun yang menjadi dilema saat ini adalah munculnya masalah seseorang menjalankan bisnis tidak sesuai dengan syariah Islam demi mencari kesejahteraan serta kebahagiaan. Allah SWT berfirman dalam Quran surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

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

Yang artinya, “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu, janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”.<sup>3</sup>

Bisnis Islam sangat dibutuhkan sebuah manajemen untuk mencapai tujuan dari bisnis yang telah ditetapkan sebelumnya, karena manajemen merupakan proses

<sup>2</sup> Heri Cahyo Bagus Setiawan, Beni Dwi Komara, dan Aries Kurniawan, “Manajemen Bisnis Syariah Berbasis Kewirausahaan Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo,” SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah 2, no. No. 01 (31 Mei 2020): hal 21-22.

<sup>3</sup> “Surah An-Nisā’ - سُورَةُ النِّسَاءِ | Qur’an Kemenag,” diakses 6 Juli 2022, <https://quran.kemenag.go.id/surah/4/29>.

perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan serta seni dalam menyelesaikan pekerjaan. Maka dari itu tujuan dari etika dan konsep manajemen bisnis Islam ini untuk mengarahkan serta mengatur jalannya bisnis Islam yang sesuai dengan syariat - syariat ajaran Islam itu sendiri. Dalam pandangan ajaran Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib, dan teratur. Proses - prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal - asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam.<sup>4</sup> Pengembangan ekonomi dan bisnis Islam dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya mengamati dan mengkaji sistem ekonomi dan bisnis konvensional yang berkembang dengan mengaitkannya dengan sumber ajaran Islam, yaitu Al - Qur'an dan as - Sunnah. Apabila sistem ekonomi dan bisnis tersebut tidak bertentangan dengan ajaran Islam, maka sistem tersebut dapat diakomodasi ke dalam ekonomi dan bisnis Islam. Cara ini lebih mudah dilakukan karena hanya mencari praktik ekonomi dan bisnis di masyarakat yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam, tetapi memiliki kelemahan yang fundamental karena sangat tergantung pada praktik yang sudah ada tanpa ada motivasi untuk merumuskan sendiri. Cara kedua adalah mengkritisi sistem ekonomi dan bisnis konvensional kemudian mencoba menyempurnakannya dengan sumber ajaran Islam untuk membangun ekonomi dan bisnis Islam. Meskipun cara pengembangan ini lebih maju dari cara pertama karena sudah ada usaha untuk menggali nilai - nilai Islam dan menyempurnakan praktik ekonomi dan bisnis yang berkembang di masyarakat namun demikian masih memiliki kelemahan mendasar, yaitu ketergantungan pada praktik ekonomi dan bisnis di masyarakat<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Iwan Aprianto dkk., *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Deepublish, 2020), hal 2.

<sup>5</sup> Adesy Fordebi, *EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*, 2017 (Depok: RajaGrafindo Persada), hal 86.

Peternakan adalah kegiatan memelihara hewan ternak untuk dibudidayakan dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan tersebut. Potensi usaha peternakan kelinci di Indonesia sangat besar. Kondisi geografis yang sangat mendukung, usaha peternakan kelinci di Indonesia populasinya dari tahun ke tahun selalu meningkat. Perkembangan usaha peternakan di Jawa Timur salah satunya adalah ternak kelinci dengan pertumbuhan populasi kelinci mencapai 0,30%. Hal ini sesuai dengan informasi Disnak Jatim 2017, bahwa data statistik populasi ternak kelinci tahun 2015 mencapai 265.865 ekor dan tahun 2016 mencapai 344.597 ekor. Peningkatan populasi ini menandakan bahwa ternak kelinci mulai banyak diminati masyarakat Indonesia khususnya di Jawa Timur. Perkembangan usaha peternakan kelinci yang populasi setiap tahun mengalami peningkatan akan menghasilkan limbah urin semakin banyak, namun sayangnya para peternak banyak tidak mengetahui manfaat dari urin kelinci yang bisa diolah menjadi pupuk cair. Pupuk cair adalah dekomposisi dari bahan-bahan organik atau proses perombakan senyawa kompleks menjadi sederhana dengan bantuan mikroorganisme. Menurut Karo pupuk cair urin kelinci dapat memperbaiki struktur tanah, untuk pertumbuhan tanaman, herbisida pra-tumbuh dan dapat mengendalikan hama penyakit, mengusir hama tikus, walang sangit dan serangga kecil pengganggu.

Ternak kelinci merupakan salah satu alternatif penghasil daging yang perlu dipertimbangkan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan protein hewani masyarakat. Kebutuhan daging di dalam negeri masih kurang maka perlu dilakukan upaya peningkatan produksi daging diantaranya dengan melakukan pengembangan ternak kelinci guna menjamin ketersediaan pangan asal ternak. Hal ini disebabkan ternak kelinci memiliki perkembangbiakan yang cepat. Daging kelinci memiliki struktur serat yang

halus dan pendek jika dibandingkan dengan daging sapi, domba dan kambing. Ternak kelinci dipelihara secara intensif dapat beranak 4-6 kali dalam setahun dengan kemampuan menghasilkan 4-10 ekor anak dikutip dari Fajarini dalam bukunya. Populasi ternak kelinci di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang cukup baik, dimana populasi ternak kelinci terbesar berada di Provinsi Jawa Timur yakni sebesar 80% dari total keseluruhan populasi kelinci yang berada di Indonesia. Peningkatan populasi ternak kelinci dikarenakan masyarakat mulai menyadari bahwa kandungan daging kelinci mampu mencukupi kebutuhan protein hewani sehingga terjadi peningkatan dalam pengembangannya.<sup>6</sup> Peternakan sendiri juga memegang peranan yang sangat penting sebagai salah satu sumber pertumbuhan khususnya untuk sektor pertanian dan perekonomian Indonesia. Kelinci sendiri merupakan jenis hewan mamalia berkaki empat, kelinci juga termasuk hewan lucu dan juga menggemaskan sehingga banyak masyarakat yang menjadikan kelinci sebagai hewan peliharaan dan ada juga yang dijadikan untuk dikonsumsi. Kelinci juga merupakan salah satu jenis hewan ternak yang sering dan banyak dijumpai di Indonesia. Kelinci bisa dikategorikan sebagai kelinci hias dan juga kelinci pedaging. Kelinci jenis hias biasanya diperuntukkan untuk ajang kontes. Hal yang sering dinilai dalam ajang ini seperti berat badan, kualitas bulu, bentuk tubuh, dll. Selanjutnya kelinci pedaging adalah jenis kelinci yang diperuntukkan untuk dikonsumsi dagingnya. Mengonsumsi daging kelinci juga banyak khasiatnya seperti dapat mencegah penyakit jantung karena daging kelinci mengandung protein dan juga lemak jenuh yang tinggi sehingga baik untuk dikonsumsi daging kelinci juga bermanfaat untuk menurunkan tekanan darah, dan juga masih banyak

---

<sup>6</sup> Riska Faradila dkk., "Karakteristik Performa Reproduksi Ternak Kelinci," *Musamus Journal of Livestock Science* 4, no. 2 (26 Oktober 2021), hal 34.

manfaat yang lainnya. Mudahnya perawatan dan pengembangbiakan menjadi pilihan bagi para petani dan masyarakat yang pada akhirnya memilih untuk beternak kelinci.

Di Indonesia jenis kelinci sudah sangat banyak sekali mulai dari kelinci lokal hingga kelinci ras atau persilangan. Apabila dalam beternak dapat mengetahui proses yang baik dan benar maka dalam pertumbuhannya pun kelinci bisa sangat bagus dan bisa menjadi sebuah bisnis yang sangat menjanjikan. Kelinci merupakan salah satu jenis hewan ternak yang mudah dalam pemeliharaannya. Kelinci juga merupakan jenis hewan peliharaan yang tenang dan lembut yang terdapat dalam berbagai ukuran dan beraneka macam warna bulu. Kelinci sendiri bisa bertahan hidup 5-8 tahun. Di Indonesia sendiri jenis kelinci yang paling banyak dikembang biakkan adalah jenis kelinci hias dan pedaging. Keuntungan dalam beternak kelinci sangat banyak, karena semua dapat dimanfaatkan dan diolah mulai dari kulit, daging, bulu, hingga limbah dari kelinci seperti urin yang dapat dijadikan sebagai pestisida hingga kotoran kelinci yang dapat dijadikan sebagai pupuk untuk tanaman. Kelinci juga sering digunakan untuk bagan percobaan untuk menguji obat-obatan yang berkaitan dengan manusia.<sup>7</sup> Hal itulah yang menjadi keunggulan dari ternak kelinci. Seiring dengan berjalanya waktu di Indonesia sendiri sudah mulai masuk kelinci Hias yakni kelinci seperti kelinci *New Zealand White*, *Flemish Giant*, *Rex*, *Hyla*, *Haycole* dll.

Ternak kelinci memiliki peluang usaha yang cukup potensial, baik sebagai usaha pokok maupun sebagai usaha sampingan. Menurut Raharjo dalam bukunya mengatakan peluangnya sebagai penyedia daging untuk dikonsumsi, serta bila diusahakan akan menguntungkan dengan margin pendapatan dari 20 - 200%. Dalam penyaluran dan juga pendistribusian kelinci maka tak lepas dari pasar. Pasar sendiri merupakan salah satu

---

<sup>7</sup> Lilis Khotijah dan Dwi Margi Suci, *Panduan Beternak Kelinci* (Jakarta: Penebar Swadaya Grup, 2017), hal 9.

komponen utama yang berguna untuk menjalankan bisnis tersebut, oleh karena itu pentingnya sebuah strategi yang tepat agar bisnis yang dijalankan bisa berkembang jauh lebih pesat berkembang dan bisa dinikmati dan juga bisa diterima oleh masyarakat banyak. Perkembangan peternakan di Indonesia tidak selalu stabil dan terkadang masih ada beberapa kendala seperti banyak tidaknya permintaan produk dan harga produk yang terkadang bisa naik turun. Tentunya hal tersebut harus bisa diimbangi dengan strategi yang matang agar peternakan bisa tetap berjalan dan dapat bersaing di pasaran. Pengembangan produk juga merupakan salah satu faktor penting. Dengan melakukan pengembangan produk yang maka konsumen juga akan puas akan produk yang kita tawarkan.

Penelitian ini dilakukan dengan alasan untuk meneliti sejauh mana strategi pemasaran dan pengembangan produk yang diterapkan di peternakan Eka Jaya Rabbit Blitar untuk meningkatkan penjualan di Desa Sukosewu dan sekitarnya. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti melaksanakan penelitian 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”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang penelitian, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan terhadap penelitian yang dilakukan. Adapun permasalahan yang dipermasalahkan yang dikemukakan dalam penelitian 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?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disampaikan sebelumnya maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan pada peternakan Eka Jaya Rabbit Blitar untuk meningkatkan penjualan dalam perspektif manajemen bisnis syariah.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan ternak kelinci pada peternakan Eka Jaya Rabbit Blitar untuk meningkatkan penjualan dalam perspektif manajemen bisnis syariah

### **D. Batasan Masalah dan Identifikasi Penelitian**

1. Identifikasi Masalah

Penelitian ini membahas tentang Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Ternak Kelinci Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Di Peternakan Kelinci Eka Jaya Rabbit Blitar Di Desa Sukosewu Kabupaten Blitar Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah. Penelitian ini dilandasi dari teori-teori dan data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti yang berasal dari buku, jurnal dan juga penelitian terdahulu. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan



pengembangan yang diterapkan untuk meningkatkan jumlah penjualan pada peternakan eka jaya rabbit Blitar dalam perspektif manajemen bisnis syariah.

## 2. Batasan Masalah

Sebagaimana judul yang telah dibuat pada penelitian ini peneliti memberikan batasan terhadap pembahasan, yaitu hanya pada Peternakan Eka Jaya Rabbit Blitar, penerapan strategi pemasaran dan juga pengembangan kelinci yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan yang sesuai dengan perspektif manajemen bisnis syariah.

Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian, sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di Peternakan Eka Jaya Rabbit Blitar.
2. Penelitian ini dibatasi di Kecamatan Gandusari, Desa Sukosewu Kabupaten Blitar.
3. Penelitian ini terbatas pada strategi pemasaran dan pengembangan ternak kelinci di Peternakan Eka Jaya Rabbit Blitar.

## **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas maka diharapkan akan memberikan manfaat dan juga kontribusi bagi pihak-pihak yang terlibat sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1) Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu dan juga penerapan strategi pemasaran dan juga pengembangan ternak kelinci dalam perspektif manajemen bisnis syariah di era modern ini.

## 2) Manfaat Praktis

### a. Bagi Akademik

Diharapkan bisa digunakan sebagai bahan acuan dan juga sumber inspirasi untuk memperoleh, mengelola dan juga mengembangkan ilmu tentang dunia peternakan dan juga strategi yang tepat yang dilakukan untuk mengelolanya, dan juga sebagai kajian dalam ekonomi dan bisnis.

### b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan peneliti tentang dunia bisnis khususnya dalam bidang peternakan dan juga langkah yang tepat untuk dilakukan dalam mengembangkan bisnis peternakan,

### c. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan untuk informasi bagi masyarakat dan juga peternak dalam mengembangkan usaha ternak kelinci dan juga untuk mengetahui bagaimana strategi yang tepat yang dapat diterapkan untuk pemasaran dan juga pengembangan produk kelinci.

### d. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi bagi para pembaca dan juga para peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian seputar ternak kelinci.

## **F. Penegasan Istilah**

Dalam penelitian ini yang berjudul “Strategi Pemasaran dan Pengembangan Ternak Kelinci Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan di Desa Sukosewu Kabupaten

Blitar Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah” (studi kasus pada Peternakan Eka Jaya Rabbit Blitar) tentunya dibutuhkan penegasan istilah agar dalam proses penelitian tidak mengandung kesalahpahaman yang mungkin saja bisa terjadi. Maka penegasan istilah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

- a. Pemasaran

Pemasaran merupakan perpaduan antara penjualan, pengiklanan, dan juga hubungan masyarakat. Pemasaran mencakup kegiatan mengidentifikasi kebutuhan konsumen, riset pemasaran, pengembangan produk, penetapan harga, pendistribusian, dan juga promosi.<sup>8</sup> Pengertian pemasaran tidak terbatas hanya dalam dunia bisnis saja. Pemasaran dapat mempunyai banyak makna yang lebih luas yang mencakup makna kemasyarakatan. Menurut Philip Kotler menyatakan: "Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*needs*) melalui proses pertukaran. Berdasarkan pada definisi di atas dapat disimpulkan bahwa titik tolak terletak pada kebutuhan dan keinginan manusia. Kebutuhan dan keinginan manusia dapat dipenuhi oleh adanya produk atau sumber-sumber (*resources*) atau alat pemuas (*satisfier*). Produk tersebut dapat berupa benda, jasa, kegiatan (*activity*) orang (*person*), tempat, organisasi, atau gagasan (*idea*).

Pemasaran akan menyangkut beberapa hal;

1. Pemasar,
2. Apa yang dipasarkan,

---

<sup>8</sup> Warnadi dan Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019), hal 1.

3. pembeli (pasar sasaran). Apabila ditinjau dari ruang lingkup kemasyarakatan, maka ketiga hal tersebut di atas hendaknya juga diberikan arti yang luas.

Dengan demikian maka konsep pemasaran, dengan inti pokok "pertukaran", tidak hanya dapat diterapkan dalam organisasi bisnis saja, tetapi mencakup ruang lingkup yang cukup luas dalam masyarakat.<sup>9</sup>

b. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh.<sup>10</sup>

c. Penjualan

Pengertian Penjualan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses, cara, perbuatan menjual. Menjual adalah memberikan sesuatu kepada orang lain (pembeli) untuk memperoleh uang pembayaran atau menerima uang. Itu adalah definisi yang kita pada umumnya tahu dan bahkan sering melakukan kegiatan penjualan itu. Dalam definisi tersebut ada unsur penjual, pembeli, barang dan nilai/uang.<sup>11</sup>

d. Manajemen Bisnis Syariah

Manajemen syariah adalah suatu pengelolaan untuk memperoleh hasil optimal yang bermuara pada pencarian keridhaan Allah. Oleh sebab itu maka

---

<sup>9</sup> Warnadi dan Triyono, ha 1-4.

<sup>10</sup> Dimas Hendika Wibowo, dkk, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM, *Jurnal Administrasi Bisnis*" Vol. 29 No. 1 (2015), hal 59.

<sup>11</sup> Syamsul Arifin, *SALES MANAGEMENT*, (Yogyakarta: Salma Idea, 2020), hal 2.

segala sesuatu langkah yang diambil dalam menjalankan manajemen tersebut harus berdasarkan aturan-aturan Allah, yang tertuang dalam Al- Qur'an dan Hadis.<sup>12</sup>

Membangun Nilai-Nilai Kejujuran Dalam Bisnis, Syaikh Al-Qaradhawi mengatakan “diantara nilai transaksi yang terpenting dalam bisnis adalah amanah (kejujuran). Ia merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang beriman. Bahkan, kejujuran merupakan karakteristik para nabi. Tanpa kejujuran, kehidupan agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak akan berjalan dengan baik. Sebaliknya, kebohongan adalah pangkal dari kemunafikan dan ciri orang munafik. Cacat perdagangan di dunia yang paling banyak memperburuk citra perdagangan adalah kebohongan, manipulasi, dan mencampuradukan harga beli atau harga jual, banyaknya pemesanan, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, sifat terpenting bagi pebisnis yang diridhoi Allah adalah kejujuran. Dalam sebuah hadits dikatakan; “pedagang yang jujur dan dapat dipercaya (penuh amanah) adalah bersama para nabi, orang-orang yang membenarkan risalah nabi (shiddiqin) dan para syuhada (orang yang mati syahid)” (H.R Al-Tirmidzi).<sup>13</sup>

عن عبد الله بن عمر رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: « التَّاجِرُ  
الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ - وفي رواية: مع النبيين والصديقين  
والشهداء - يَوْمَ الْقِيَامَةِ » رواه ابن ماجه والحاكم والدارقطني وغيرهم

<sup>12</sup> Iwan Aprianto dkk., *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Deepublish, 2020), hal 53.

<sup>13</sup> Herman Kartajaya dan Muhammad Syakir sula, *SYARIAH MARKETING*, 2006 ed. (Bandung: PT Mizan Pustaka, t.t.), hal 108.

## **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan dibuat untuk memahami pembaca dalam memahami isi dan pembahasan dari penelitian ini. Dalam penelitian ini telah disusun dalam enam bab dengan rincian sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis memberikan penjelasan secara umum mengenai hal yang telah diteliti yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, penegasan istilah, dan juga sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II KAJIAN PENELITIAN**

Pada bab ini penulis memberikan penjelasan kepustakaan yang berfungsi sebagai acuan teoritis dalam melakukan penelitian. Penjelasan-penjelasan tersebut terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, dan juga kerangka teori.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini penulis memberikan penjelasan mengenai metodologi penelitian yang meliputi pendekatan dan juga jenis penelitian yang dilakukan, kehadiran peneliti, lokasi dan subjek penelitian, metode pengumpulan data yang terdiri dari sumber dan jenis data, metode pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan penelitian, tahap penelitian dan sistematika pembahasan.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan hasil deskripsian data, temuan peneliti, dan pembahasan tentang semua penulisan.

#### **BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini berisikan tentang temuan peneliti yang merupakan pembahasan terhadap hasil penelitian yaitu terkait dengan analisis dan strategi pemasaran guna untuk meningkatkan penjualan kelinci di Desa Sukosewu Kabupaten Blitar.

#### **BAB VI PENUTUP**

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan terhadap pembahasan data yang telah diteliti dan telah dianalisis dan juga berisi saran yang berguna sebagai bahan pertimbangan bagi lembaga ataupun instansi khususnya di tempat peternakan eka jaya rabbit.