

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang terbentang luas dari sabang sampai merauke dengan kekayaan yang melimpah ruah dari sumberdaya alam, flora, dan fauna. Dengan kondisi tersebut, Indonesia memiliki potensi keanekaragaman flora dan fauna yang cukup besar. Hal ini juga dimanfaatkan oleh oknum-oknum nakal atau para pemburu dan tidak sedikit pula yang menjadi target sasaran adalah burung-burung liar yang ada di alam hal tersebut dapat mengalami kerugian yang besar bagi negara sehingga dalam jangka panjang dapat menyebabkan kepunahan pada jenis-jenis burung tertentu. Untuk menangani hal tersebut pemerintah telah membentuk Balai Konservasi Sumber Daya Alam atau **BKSDA** yang berfungsi untuk memberantas para oknum yang tidak bertanggung jawab tersebut. Tidak terkecuali di kabupaten Tulungagung. Jumlah peternak burung di Tulungagung dari tahun 2017 sampai tahun 2018 sangat mengalami peningkatan signifikan dapat dilihat tabel di bawah ini.²

Tabel 1.1

Jumlah peternak burung tahun 2017-2018 di kab. Tulungagung.

TAHUN	JUMLAH PETERNAK BURUNG (KEPALA KELUARGA/ORANG)
2017	103.474 ORANG
2018	929.896 ORANG

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung

Kabupaten Tulungagung memiliki potensi fauna cukup beragam salah satunya burung hias. Di daerah Tulungagung cukup banyak para peternak burung yang sukses dalam mengepakan sayap-sayapnya didaerah asal. Tidak

² Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, www.tulungagungkab.bps.go.id, (18 Februari 2021).

terkecualidi kecamatan campurdarat, berikut adalah tabel jumlah peternak di kecamatan campurdarat.³

Tabel 1.2
Jumlah peternak burung dari tahun 2017-2018 di kec. Campurdarat.

Tahun	Jumlah peternak burung (kepala keluarga/orang)
2017	9164
2018	5519

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung

Kim Secret Aviary merupakan salah satu peternak yang ada di Tulungagung lebih tepatnya berada di desa tanggung Kecamatan Campurdarat, di peternakannya ada berbagai macam jenis hewan yaitu unggas, ikan, dan jenis-jenis hewan pengerat dan kaki empat lainnya. Beliau juga cukup *famous* di kalangan para pencinta burung. Berikut data burung ternak yang ada di peternakannya:

Tabel 1.3
Jenis dan jumlah ternak di perternakan Kim Secret Aviary

Jenis Hewan	Jumlah ekor
Burung falk	40 ekor
Burung puter	80 ekor
Burung love bird	50 ekor
Burung parkit	70 ekor

Sumber: Peternakan Kim Secret Aviary

Metode penjualan yang dilakukan di sini adalah dari peternakannya, pengepul, dan supplier, akan tetapi tidak jarang juga dari peternakan langsung ke konsumen melalui media sosial. Menurut Panji Anorga pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi, dan distribusi dari ide-ide, barang-barang, dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasi. Sedangkan menurut Philip Kotler pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang dilakukan seseorang

³ *Ibid.*, hal. 1.

atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.⁴ Dari kedua teori diatas dapat disimpulkan dengan jelas bahwa pemasaran merupakan landasan pokok dalam menyusun dan mengembangkan suatu usaha menuju yang lebih berkembang dan maju.

Strategi pemasaran adalah langkah dasar untuk menentukan suatu kegiatan dari suatu bisnis. Yang mana para pelaku usaha dapat menciptakan strategi yang mampu memupuk keunggulan kompetitif melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif, dan efisien, sehingga menjadi pilihan dari banyak konsumen yang pada akhirnya diharapkan dapat memenangkan persaingan. Suatu contoh seperti strategi pemasaran dengan cara mempromosikan harga suatu produk, bagaimana strategi harga dengan pesaing yang ada, bagaimana kebijakan promosinya, bagaimana proses distribusinya yang tepat, dan bagaimana mengenal lingkungan pasar dan lain sebagainya. Dalam upaya-upaya tersebut, politik, ekonomi, bisnis dan berbagai aspek lainnya juga ikut andil kita alami seiringan berjalannya kegiatan dan hal tersebut bisa jadi tidak di barenginya oleh etika norma yang ada di masyarakat dan bisa jadi menjadi kebiasaan. Yang mana banyak orang yang menganggap berbisnis adalah mengambil keuntungan yang sebesar-besarnya dan menghalalkan berbagai cara. Oleh sebab itu adanya fungsi strategi pemasaran yang direncanakan dan disertai pengetahuan etika bisnis islam agar tersusun diawal suatu kegiatan bisnis baru yang akan direncanakan dan dievaluasi agar pengambilan keputusan mecapai tujuan yang benar dan tepat sasaran.

Sebagai umat beragama, khususnya agama Islam kita harus mengetahui hal-hal yang boleh dan tidak boleh kita lakukan. Fungsi agama di dalam strategi pemasaran ini yaitu mengemas aturan-aturan dan norma-norma yang bersifat umum dan berlaku di masyarakat pada umumnya.

Selain peternak beliau merangkap menjadi pengepul juga. Jangkauan pasar yang jauh seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, dan kota-kota besar lainnya, cara pemasaran awalnya menggunakan metode coba-coba dan nekat. Hal tersebut bisa

⁴ Hendry Hartono, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan*, Jurnal Binus Business Review, Vol 3, No 2, 2012, hal. 882-897.

tergolong kategori gharar, karena ada unsur ketidak pastian. Dapat kita ketahui Islam melarang adanya praktek maisyir, gharar, dan riba termasuk juga di dalamnya etika bisnis Islam berperan. Eitika bisnis Islam berperan untuk menjaga para konsumen dan juga melindungi para produsen yang nantinya dimintai pertanggung jawaban atas barang produksinya.

Selain itu, jarak pasar yang cukup jauh, memungkinkan adanya penurunan kualitas burung yang dikirim. Hal ini tentu akan mengurangi keuntungan yang akan didapat oleh para konsumen atau penghobi burung.

Menurut Ali Hasan etika bisnis dalam syari'at Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islami, sehingga untuk menjalankan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah ternyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁵ Al-Qur'an juga menerangkan untuk mencari dan mendapatkan harta dengan cara yang halal

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (QS. Al-Jumu'ah: 10)⁶

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمْ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.” (QS. An-Nahl: 114)⁷

Jadi dari kedua ayat tersebut di atas, jelas terlihat bahwa umat manusia diperbolehkan dan sangat dianjurkan untuk mencari rezeki atau harta, karena Allah SWT telah menaburkan berbagai kenikmatan di dunia ini, termasuk harta tinggal kembali pada pribadi manusia-manusianya sendiri bisa melihat, mengeloh, dan mengambil kesempatan tersebut atau tidak. Jika kita berbicara mengenai mencari rezeki, dalam konteks sekarang ini adalah proses berbisnis. Dalam mendapatkan harta dari proses berbisnis tentu tidak instan, perlu waktu untuk

⁵ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal. 171.

⁶ Tim Penulis, *Al-Qur'an Al-Karim wa Tariamatu Ma'anayah bi al-Lughoh Al-Indonesiah*, (Madinah: Percetakan Mushaf Saudi, 1418 H), hal. 933.

⁷ *Ibid.*, hal. 419.

mendapatkannya dan diimbangi dengan proses perencanaan yang sangat matang. Seperti yang di contohkan oleh Rasulullah yang kala itu juga tidak sebentar melakukan bisnis.⁸

Maka berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana metode pemasaran yang dilakukan oleh peternakan Kim Secret Aviary tentunya dilihat dari sudut pandang etika bisnis islam. Sehingga dengan pemaparan di atas penulis ingi mengangkat judul penelitian “ **STRATEGI PEMASARAN ISLAM PADA PETERNAKAN KIM SECRET AVIARY DESA TANGGUNG KECAMATAN CAMPURDARAT TULUNGAGUNG**”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran peternakan kim secret aviary?
2. Bagaimana strategi pemasaran islam pada peternakan kim secret aviary?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran di peternakan Kim Secret Aviary desa Tanggung kecamatan Campurdarat
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran di peternakan Kim Secret Aviary desa Tanggung kecamatan Campurdarat ditinjau dari etika bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, di harapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi sebuah referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu strategi pemasaran dan menambah kajian ilmu strategi pemasaran yang diterapkan dalam budidaya burung hias yang berada di peternakan KIM SECRET AVIARY Tulungagung.

2. Manfaat Praktis

⁸ Ali shihab, *Islam Inklusif*, (Bandung: Mizan, 1999), hal. 172.

- a. Bagi pemerintah, berguna untuk menilai atau memberi masukan melalui undang-undang saat ini sehingga dapat disesuaikan dengan perkembangan bisnis di masyarakat milenial saat ini.
- b. Bagi pelaku usaha dapat dijadikan sebagai pedoman untuk menjalankan bisnisnya agar tidak melakukan suatu kegiatan penyelewengan yang dapat merugikan pihak-pihak yang terlibat.
- c. Bagi penulis, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan, serta penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Srata Satu Ekonomi di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah fahaman judul skripsi ini, maka penelitian perlu memberikan penegasan atau pengertian pada istilah-istilah dalam judul skripsi ini guna menjadi batasan dalam pembahasan selanjutnya:

1. Konseptual

- a. Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya.⁹ Jadi strategi harus dimiliki dan digunakan untuk melangkah lebih jauh dalam rangka mencapai suatu tujuan. Strategi juga dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utamanya perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.
- b. Pemasaran menurut Philip Kotler mendefinisikan adalah suatu proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan sesuatu yang mereka butuhkan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.¹⁰ Pemasaran tidak

⁹ Hendry Hartono, *Pengaruh Strategi Pemasaran...*, hal. 889.

¹⁰ *Ibid.*, hal. 889.

terbatas hanya proses penjualan kepada konsumen, tetapi juga mencakupi proses produksi suatu barang.

- c. Etika Islam adalah doktrinetis yang berdasarkan ajaran agama Islam yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan Hadist, yang didalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat yang terpuji (mahmudah).¹¹ Dari pengertian di atas dapat kita pahami etika bisnis Islam merupakan kegiatan berniaga yang sesuai dengan ajaran-ajaran yang telah dijelaskan oleh Al-Qur'an dan di contohkan oleh Nabi Muhamaad SAW yang sudah pasti nilai-nilai kebaikan, luhur, dan terpuji termasuk didalamnya.

2. Definisi operasional

Strategi pemasaran adalah langkah dasar dalam menentukan kegiatan dari suatu bisnis. Strategi pemasaran disusun dan direncanakan diawal dan jika diperlukan dapat dilakukan evaluasi agar pengambilan keputusan tepat dan benar dalam mencapai tujuan. Kita sebagai umat yang beragama khususnya agama Islam harus mengerti hal-hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Strategi pemasaran yang bersifat umum dikemas dengan aturan-aturan yang sesuai dengan kaidah Islam dan norma-norma yang berlaku dimasyarakat.

F. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Strategi

Dalam dunia bisnis konsep strategi sering digunakan dimana strategi merupakan arah bisnis untuk mengoptimalkan sumberdaya yang ada agar lebih mengena pada target yang di tuju sebuah perusahaan. Menurut Chandler strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.¹²

¹¹ Sudarsono, *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja*, (Jakarta: Bina Aksara, 1989), hal. 41.

¹² Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal. 16-17.

Dalam merumuskan strategi, manajemen puncak harus memperhatikan berbagai faktor yang sifatnya kritical. Pertama: Strategi berarti menentukan misi yang akan dilakukan pertama kali oleh suatu organisasi karena manajemen puncak menyatakan secara garis besar bahwa apa yang menjadi pembenaran keberadaan organisasi tersebut harus memiliki filosofi yang dapat digunakan untuk menjamin keberadaan dan sasaran apa yang ingin dicapai oleh organisasi. Jadi strategi merupakan rencana yang harus di satukan untuk menghadapi sebuah tantangan lingkungan guna mencapai utama sebuah perusahaan melalui pelaksanaan yang terorganisir.

2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler, 2000)¹³. Jadi pada kegiatan pemasaran ini ada suatu sistem yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang di perlukan oleh konsumen.

3. Etika Bisnis Islam

Kata etika secara etimologi berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *ethos* yang memiliki arti kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Secara istilah etika secara umum merujuk pada baik buruknya perilaku manusia. Etika merupakan dasar baik buruknya pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan. Etika bukan sekedar larangan-larangan normatif, tetapi merupakan kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia. Karena melibatkan kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia, etika juga disebut dengan sistem filsafat, atau filsafat yang mempertanyakan praksis manusia berkaitan dengan tanggung jawab dan kewajibannya.¹⁴ Etika adalah ilmu tentang baik buruk dan tentang

¹³ Hendry Hartono, *Pengaruh Strategi Pemasaran...*, hal. 882-897.

¹⁴ Erly Juliyani, *Etika Dalam Prespektif Islam*, Jurnal Ummul Quran, Vol. 7, No. 1, 2016, hal. 63.

hak dan kewajiban moral (akhlak). Untuk memahami etika usaha Islam harus diketahui tata nilai yang dianut manusia, hak dan kewajiban manusia didunia, serta ketentuan aturan dan hubungan yang harus di penuhi manusia, baik yang menyangkut hubungan antar manusia, hubungan manusia dengan alam, dan tentunya hubungan manusia dengan Allah SWT. Dalam khazanah Islam, etika dipahami sebagai akhlak dan adab yang memiliki tujuan untuk mendidik moralitas manusia agar menjadi pribadi yang lebih baik.

4. Pembatasan Masalah

Penelitian ini mengacu pada marketing mix dalam suatu strategi pemasarannya. Marketing mix dipilih karena variabel-variabel yang dikaji di dalamnya lebih mendalam dan menyeluruh dalam hal strategi pemasaran dari pada strategi STP (segmenting, targeting, positioning). Dalam penelitian ini yang menjadi fokus tujuan penelitian adalah strategi pemasaran yang dilakukan di peternakan Kim Secret Aviary.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini ada 6 bab dimana setiap bab terdiri dari sub-sub bab sebagai perinciannya, dan untuk menghasilkan suatu pembahasan yang sistematis antara pembahasan yang satu dengan yang lain serta agar dalam pembahasan skripsi ini bisa mendapat gambaran yang jelas dan menyeluruh, maka perlu penulisan skripsi yang benar-benar mengarah pada bagian pembahasan. Karena itu, perlu kiranya bagi penulis untuk membuat sistematika penulisan skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN.

Bab ini berisi tentang pendahuluan sebagai acuan dalam penelitian dan sebagai pengantar skripsi secara keseluruhan. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA.

Bab ini berisi tentang kajian umum strategi pemasaran, kajian umum bisnis, kemudian dilanjutkan dengan prinsip-prinsip etika bisnis islam, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN.

Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian

BAB IV : HASIL PENELITIAN.

Bab ini berisi tentang paparan data dan temuan penelitian, analisa data.

BAB V : PEMBAHASAN.

Bab ini berisi tentang analisis hasil temuan melalui teori, penelitian terdahulu dan teori yang ada.

BAB VI : PENUTUP.

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran/rekomendasi.