

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur dalam Meningkatkan Pendapatan Peternak di Desa Purworejo (Studi Kasus pada Peternakan milik Bapak Roji)” ini ditulis oleh Muhammad Tedy Andriansyah, NIM. 126402202127, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh: Dr. Refki Rusyadi, M. Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keberlangsungan suatu perusahaan dalam hal peternakan ayam ras petelur sangat ditentukan oleh keberhasilan perusahaan dalam kegiatan pemasaran. Dalam kedudukannya sebagai penyedia barang/bahan kebutuhan masyarakat, maka fungsi perusahaan hendaknya tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi bagaimana melakukan fungsi sosialnya dalam masyarakat dengan membina hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Berdasarkan fenomena yang terjadi maka penting melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran telur ayam yang mampu meningkatkan pendapatan peternakan.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bapak Roji dalam memasarkan telur ayam, (2) Bagaimana dampak dari strategi pemasaran yang diterapkan terhadap pendapatan usaha peternakan ayam milik Bapak Roji.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada deskripsi tentang suatu fenomena dengan menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penyajian dan analisis data berupa kata-kata atau penjelasan tertulis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian ini adalah (1) Strategi pemasaran yang digunakan oleh Bapak Roji dalam memasarkan telur yaitu dengan strategi bauran pemasaran 4P (produk, harga, tempat, dan promosi), dengan menyediakan produk berupa telur bagus dan telur bentesan yang terjaga kebersihannya, harga yang terjangkau dan tidak jauh dari harga pasar, tempat yang hanya mengandalkan tanah sawah yang berada di belakang rumah, promosi dari mulut ke mulut. (2) Dampak dari strategi pemasaran yang diterapkan terhadap pendapatan usaha peternakan ayam milik Bapak Roji, dampak positifnya yaitu pemilik usaha tidak hanya mendapatkan keuntungan dari pengepul tetapi juga mendapatkan keuntungan dari telur yang diecer, dan dampak negatifnya yaitu telur yang dijual secara ecer adalah telur yang kondisinya bagus, alhasil telur yang harusnya dijual ke pengepul bisa dalam jumlah banyak jadinya hanya sedikit dan banyak telur yang disortir karena telur yang bagus sudah dipilih untuk dijual secara ecer sebelumnya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Telur Ayam, Pendapatan.

ABSTRACT

The thesis with the title "Marketing Strategy for Layers' Eggs in Increasing Farmers' Income in Purworejo Village (Case Study on Mr. Roji's Farm)" was written by Muhammad Tedy Andriansyah, NIM. 126402202127, Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, supervised by: Dr. Refki Rusyadi, M. Pd.I.

This research is motivated by the sustainability of a company in terms of laying hens is largely determined by the success of the company in marketing activities. In its position as a provider of goods / materials for the needs of the community, the company's function should not only pursue profits, but how to perform its social function in society by fostering harmonious relationships with the community. Based on the phenomena that occur, it is important to conduct research on chicken egg marketing strategies that can increase farm income.

The focus of this research is (1) How is the marketing strategy applied by Mr. Roji in marketing chicken eggs, (2) How is the impact of the marketing strategy applied on the income of Mr. Roji's chicken farming business.

The method used in this research is to use qualitative research methods. Qualitative research is research that emphasizes the description of a phenomenon using several methods, and is presented in a narrative manner. Data collection is done by interview, observation, and documentation methods. Presentation and analysis of data in the form of words or written explanations. The data analysis technique used in this research uses triangulation techniques.

The results of this study are (1) The marketing strategy used by Mr. Roji in marketing eggs is the 4P marketing mix strategy (product, price, place, and promotion), by providing products in the form of good eggs and bentesan eggs that are kept clean, affordable prices and not far from market prices, places that only rely on paddy fields behind the house, word of mouth promotion. (2) The impact of the marketing strategy applied to the income of Mr. Roji's chicken farming business, the positive impact is that the business owner not only benefits from collectors but also benefits from the eggs that are retailed, and the negative impact is that the eggs sold at retail are eggs that are in good condition, as a result the eggs that should be sold to collectors can be in large quantities but only a few and many eggs are sorted because good eggs have been selected for retail sale before.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Chicken Eggs, Income.