

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Peternakan Sukron dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki keunikan dalam penerapan prinsip-prinsip syariah, baik dalam operasional sehari-hari maupun strategi pemasarannya. Peternakan ini menjadi contoh nyata penggabungan nilai-nilai Islam ke dalam bisnis modern. Keunikan tersebut membuka peluang untuk memahami penerapan pemasaran syariah di sektor peternakan. Bahkan dalam kegiatan kehidupan atau muamalah sudah diatur dalam Al-Qur'an. Serta etika perdagangan, penjualan atau pemasaran.² Karena dalam Islam, bisnis yang dijalankan oleh seorang muslim tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan pribadi, tetapi juga diharapkan dapat membawa manfaat bagi banyak orang.³

Selain itu, peternakan Sukron terletak di Blitar, salah satu daerah sentra peternakan di Indonesia yang memiliki persaingan cukup ketat di sektor ayam petelur. Pemilihan lokasi ini didasari oleh potensi penelitian untuk memberikan kontribusi nyata dalam memahami bagaimana strategi syariah dapat membantu meningkatkan daya saing usaha di tengah kompetisi yang tinggi.

² Nur Fadilah, "Pengertian , Konsep , Dan Strategi Pemasaran Syari ' Ah" 1, no. 2 (2020): 196.

³ Siti Solikah, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur Di Desa Sukowidi, Panekan, Magetan," 2022, 1, https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/19435/%0Ahttps://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/19435/1/1802036048_Wahyuningrum_Full_Skripsi_-_wahyuningrum.pdf.

Alasan lainnya adalah pengalaman dan pemilik usaha yang telah bertahun-tahun mengelola peternakan ini dengan nilai-nilai Islam sebagai pedoman. Dalam operasionalnya, peternakan ini tidak hanya fokus pada kualitas produk telur, tetapi juga pada hubungan yang harmonis dengan mitra usaha, dan pelanggan. Nilai-nilai seperti kejujuran, transparansi, dan keberkahan menjadi pondasi dalam membangun usaha, menjadikannya tempat yang ideal untuk menggali penerapan prinsip syariah secara penuh.⁴ Usaha peternakan ayam petelur Sukron sebagai tempat penelitian di karenakan usaha peternakan ayam petelur Sukron merupakan salah satu usaha peternakan ayam petelur yang sudah berdiri cukup lama dan masih bertahan sampai sekarang di Desa Plumpungrejo.

Penelitian ini juga didorong oleh kebutuhan akan studi kasus yang relevan di lapangan. Dengan mempelajari peternakan Sukron, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha lain yang ingin menerapkan strategi pemasaran syariah. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru bagi pengembangan literatur akademik tentang pemasaran syariah, khususnya di sektor peternakan ayam petelur yang masih minim kajian.

Membangun usaha ayam petelur tergolong usaha yang menjanjikan jika dikelola dengan baik oleh pemiliknya. Berikut data penjualan telur Sukron:

⁴ Muhtar Lutfi Ulfa Qorina, Saleh Ridwan, "Prinsip Kejujuran Dalam Usaha," *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 7 (2024): 329.

Tabel 1. 1
Data Penjualan Telur Sukron Tahun 2021-2024

Jumlah telur (kg)			
Bulan	Tahun		
	2021	2022	2023
Januari	18.600	19.065	18.135
Februari	17.220	16.380	16.800
Maret	18.135	19.065	17.670
April	18.000	17.100	18.450
Mei	17.670	19.065	18.600
Juni	18.450	18.000	17.100
Juli	19.065	18.135	18.600
Agustus	18.600	17.670	18.135
September	17.100	18.000	17.550
Oktober	19.065	17.670	18.600
November	17.550	18.450	18.000
Desember	19.065	18.600	19.065
Jumlah telur	218.520	217.200	216.705
Jumlah Ayam	16.000 per tahun		

Sumber: Peternakan ayam petelur Sukron

Data penjualan telur dari peternakan ayam petelur Sukron memberikan gambaran penting tentang fluktuasi produksi dan penjualan selama tiga tahun terakhir, yaitu 2021, 2022, dan 2023. Dalam periode tersebut, usaha ini memelihara sekitar 16.000 ekor ayam petelur yang secara konsisten menghasilkan telur dengan total penjualan tahunan sebesar 218.520 kg pada tahun 2021, 217.200 kg pada tahun 2022, dan 216.705 kg pada tahun 2023.

Meskipun terdapat penurunan tipis dalam jumlah telur yang terjual setiap tahun, tren ini mencerminkan dinamika pasar dan tantangan dalam mempertahankan daya saing di industri peternakan ayam petelur. Beberapa bulan menunjukkan performa penjualan yang tinggi, seperti Oktober dan Desember, di mana angka penjualan mencapai lebih dari 19.000 kg per bulan pada beberapa tahun. Namun, pada bulan-bulan tertentu seperti Februari dan September, penjualan cenderung lebih rendah, menandakan adanya faktor musiman atau tantangan lain yang memengaruhi penjualan.

Penurunan volume penjualan ini menegaskan pentingnya penerapan strategi pemasaran berbasis syariah untuk meningkatkan daya saing usaha. Strategi ini tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga mengutamakan prinsip-prinsip syariah seperti: ketakwaan, kesederhanaan, dan kebajikan.⁵ Dengan mengedepankan nilai-nilai syariah, usaha peternakan Sukron dapat menarik lebih banyak konsumen, memperluas pangsa pasar, serta meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk telur yang dihasilkan. Hal ini diharapkan dapat mendukung stabilitas dan pertumbuhan usaha jangka panjang meskipun di tengah tantangan pasar yang kompetitif di peternakan ayam tersebut.

Peternakan ayam petelur Sukron di Blitar ini merupakan salah satu peternakan yang memiliki tantangan sekaligus potensi besar. Berdasarkan data yang diperoleh, usaha ini mengalami fluktuasi dalam penjualan selama

⁵ Muhammad Ersya Faraby Tate Agape Bawana, Arum Indiharwati, Suharyono, Yudhi Novriansyah, Desy Arum Sunarta, Andi Bisyrani, Rasyidah Bulqis, Fathur Rohman Albanjari, Alamsyah, Nissa Ayu Marlina, Lusi Oktaviani, Rifka Utami, Qiny Shonia Az Zahra, Lusi Oktaviani, Amruddin, Elsi, *Pemasaran Syariah (Teori Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam*, ed. Safarinda Imani (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2023), 36–37.

tiga tahun terakhir, yang mencerminkan perlunya evaluasi terhadap strategi pemasaran yang digunakan. Penurunan daya saing dalam pasar yang kompetitif ini menjadi alasan utama perlunya pendekatan yang lebih inovatif dan berkelanjutan, seperti penerapan strategi pemasaran syariah.

Fenomena yang ditemukan di peternakan ayam petelur Sukron menunjukkan bahwa meskipun kualitas produk yang dihasilkan cukup baik, pemasaran produk belum sepenuhnya mampu menjangkau target pasar. Kondisi ini menarik untuk diteliti lebih lanjut karena peternakan ini memiliki potensi besar untuk berkembang dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat.

Kondisi peternakan ayam petelur di Kabupaten Blitar sekarang memprihatinkan. Para peternak, khususnya kategori mikro, menghadapi tantangan berat akibat tingginya harga pakan yang tidak sebanding dengan harga jual telur yang terus merosot. Ketua Koperasi Peternak Ayam Petelur Kabupaten Blitar, Sukarman “mengungkapkan bahwa situasi ini telah menyebabkan sekitar 20 persen peternak mikro harus menutup usahanya.”

Blitar, yang selama ini dikenal sebagai salah satu produsen telur terbesar di Indonesia, mengalami penurunan jumlah peternak sejak pandemi Covid-19. Meskipun sempat ada peningkatan jumlah peternak setelah pandemi, kondisi tersebut tidak bertahan lama. “Setelah pandemi, jumlah peternak turun drastis. Walaupun ada sedikit penambahan populasi,

khususnya di peternakan besar, banyak peternak kecil yang tidak mampu bertahan,” ujar Sukarman.⁶

Salah satu penyebab utama masalah ini adalah kebutuhan modal yang sangat besar untuk memulai usaha peternakan ayam petelur. Sebagai gambaran, sebuah kandang dengan kapasitas 1.000 ekor ayam membutuhkan modal awal sekitar Rp. 100 juta. Peternak mikro yang memiliki populasi ayam di bawah 11.500 ekor kesulitan untuk bersaing dengan peternak besar yang populasinya mencapai puluhan ribu ekor.⁷

Selain itu, harga telur saat ini berada di bawah harga minimal yang ditetapkan pemerintah. “Harga telur sekarang hanya Rp. 21.500 per kilogram, jauh di bawah harga normal Rp. 22-24 ribu per kilogram. Sementara itu, harga ideal berdasarkan biaya produksi harusnya mencapai Rp. 26-28 ribu per kilogram,” jelas Sukarman.⁸

Di sisi lain, harga jagung kering sebagai komponen utama pakan ternak terus meningkat hingga Rp. 7.900 per kilogram, jauh lebih tinggi dibanding harga normal Rp. 5000 ribu per kilogram. Meskipun pemerintah pusat telah memberikan bantuan berupa jagung impor dengan harga subsidi Rp. 5.350-5.500 per kilogram, Sukarman berharap pemerintah daerah juga turun tangan untuk mendukung keberlanjutan usaha peternak mikro.

⁶ Mohammad Syafi'uddin, “Peternak Ayam Petelur Di Kabupaten Blitar Terus Merosot, Ketua Koperasi Beberkan Alasannya,” *Januari*, terakhir dimodifikasi 2024, diakses Desember 15, 2024, <https://blitarkawentar.jawapos.com/kawentaran/2273691155/peternak-ayam-petelur-di-kabupaten-blitar-terus-merosot-ketua-koperasi-beberkan-alasannya?page=2>.

⁷ Ibid.

⁸ Ibid.

Sukarman menambahkan “Bantuan jagung impor dari pemerintah pusat memang membantu, tetapi perhatian lebih dari pemerintah daerah sangat dibutuhkan agar peternak kecil bisa bertahan,”. Situasi ini menjadi tantangan besar bagi keberlangsungan usaha peternakan ayam petelur di Kabupaten Blitar. Jika tidak segera ditangani, potensi Blitar sebagai sentra produksi telur nasional bisa terus merosot.⁹

Tetapi hasil badan Pusat Statistik Kabupaten Blitar menyatakan bahwa di Kabupaten Blitar itu telah lama dikenal sebagai penghasil telur ayam kampung terbesar di Jawa Timur, memberikan kontribusi signifikan dalam memenuhi kebutuhan telur di wilayah tersebut. Berdasarkan data terkini, sekitar 7,05% produksi telur ayam kampung Jawa Timur berasal dari daerah ini. Keberhasilan tersebut tidak lepas dari dukungan kondisi alam, seperti geografis dan iklim yang ideal untuk peternakan unggas, serta tingginya minat masyarakat setempat dalam mengelola usaha peternakan.¹⁰

Telur ayam kampung dari Kabupaten Blitar tidak hanya memenuhi kebutuhan lokal, tetapi juga didistribusikan ke berbagai daerah di luar Jawa Timur. Hal ini menunjukkan bahwa sektor peternakan unggas di Blitar memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian daerah dan menjaga ketersediaan pangan secara berkelanjutan. Selain itu, pemerintah daerah terus berupaya meningkatkan kualitas produksi melalui berbagai program, seperti pelatihan peternak dan bantuan teknologi. Inisiatif ini

⁹ Ibid.

¹⁰ Badan Pusat Statistika, “Kabupaten Blitar Produsen Ayam Kampung Terbesar Di Jawa Timur,” terakhir dimodifikasi 2024, diakses Desember 15, 2024, <https://blitarkab.bps.go.id/id/news/2024/09/30/483/kabupaten-blitar-produsen-ayam-kampung-terbesar-di-jawa-timur.html>.

semakin memperkuat posisi Blitar sebagai salah satu pusat produksi telur ayam kampung utama di Jawa Timur.¹¹

Perkembangan sektor agrobisnis di Indonesia juga terus menunjukkan pertumbuhan yang menggembirakan dari tahun ke tahun, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Sektor ini telah menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian nasional, menyediakan peluang usaha yang beragam bagi masyarakat. Namun, di tengah berbagai peluang tersebut, para pemula atau calon usahawan baru di bidang agrobisnis sering menghadapi kebingungan dalam menentukan jenis usaha yang akan dijalankan.

Tantangan utama yang dihadapi adalah adanya berbagai tawaran bisnis di sektor agrobisnis yang terlihat menjanjikan dengan tingkat keuntungan besar, bahkan sering kali terkesan tidak realistis. Tawaran seperti ini sering kali menarik minat banyak orang, namun tidak jarang berujung pada kerugian yang signifikan. Fenomena ini terjadi karena banyak calon investor atau pengusaha tidak sepenuhnya memahami karakteristik bidang usaha yang mereka pilih. Kurangnya pemahaman ini membuat mereka tidak mampu mengantisipasi risiko dan tantangan yang melekat pada bisnis tersebut.

Selain itu, bisnis yang terlihat menjanjikan dengan tingkat keuntungan tinggi dan mudah diikuti oleh banyak orang sebenarnya memerlukan kecermatan dalam pengambilan keputusan. Para calon usahawan dituntut untuk lebih jeli dalam memilih bidang usaha yang sesuai

¹¹ Ibid.

dengan minat, keahlian, dan potensi pasar. Salah satu jenis usaha yang memiliki prospek menjanjikan jika dikelola dengan baik adalah usaha ayam petelur.¹²

Peternakan ayam petelur itu sendiri merupakan salah satu bidang usaha yang berperan besar dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan protein hewani, yang tidak hanya penting untuk konsumsi harian tetapi juga mendukung berbagai keperluan industri. Telur, sebagai produk utama dari peternakan ini, mengandung protein berkualitas tinggi dengan berbagai asam amino esensial yang sangat dibutuhkan tubuh, terutama untuk mendukung pertumbuhan, menjaga kesehatan, dan meningkatkan kecerdasan manusia. Kandungan nutrisi dalam telur memiliki keunikan yang tidak dapat digantikan oleh sumber protein nabati, sehingga menjadikannya komoditas penting dalam pemenuhan gizi sehari-hari dan keberlangsungan berbagai sektor pendukung kehidupan.¹³

Ayam petelur memiliki potensi yang besar karena permintaan akan telur sebagai bahan pangan pokok terus meningkat. Namun, untuk sukses di bidang ini, agar usaha tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga berkah dan berkelanjutan, diperlukan strategi yang tepat, termasuk penerapan prinsip-prinsip pemasaran syariah.¹⁴

¹² Servatius Johari, *Sukses Beternak Ayam Ras Petelur.Pdf* (Jakarta: PT Agro Media Pustaka, 2005), 1–2.

¹³ Dyah Listyo Purwaningsih, “Peternakan Ayam Ras Petelur Di Kota Singkawang,” *Jurnal online mahasiswa Arsitektur Universitas Tanjungpura* 2, no. 2 (2014): 75, www.pertanian.go.id.

¹⁴ Johari, *Sukses Beternak Ayam Ras Petelur.Pdf*, 1–2.

Pemasaran syariah adalah penerapan strategi bisnis yang berlandaskan pada nilai-nilai dan prinsip syariah, yang bertujuan tidak hanya untuk meraih keuntungan material, tetapi juga keberkahan dan keseimbangan dalam berbisnis.¹⁵ Konsep ini menekankan pentingnya menjalankan setiap aktivitas pemasaran dengan cara yang jujur, adil, dan transparan, serta menghindari praktik yang merugikan pihak lain atau melanggar ajaran agama, seperti riba, gharar (ketidakpastian), atau penipuan. Dalam pelaksanaannya, pemasaran syariah berpedoman pada ajaran Islam yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw, di mana integritas, kepercayaan, dan nilai kemanusiaan menjadi landasan utama dalam menjalin hubungan dengan konsumen dan mitra bisnis. Dengan demikian, pemasaran syariah tidak hanya mengutamakan keberhasilan ekonomi, tetapi juga menjaga moralitas dan harmoni sosial sebagai wujud pengabdian kepada Allah SWT.¹⁶

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Atika Juniarti. Hasil penelitian pada peternakan ayam petelur Ibu Sukinem menunjukkan bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan utama adalah kualitas produk yang terstandar, akurasi dalam penimbangan, hubungan baik dengan pelanggan, dan pengawasan langsung oleh pemilik usaha, sementara kelemahan utama meliputi minimnya promosi, keterbatasan modal, belum adanya badan usaha resmi, dan distribusi produk yang terbatas. Faktor

¹⁵ Raden Roro Retno Wulansari Kus, Desy Rahmawati Andi Wirandani Natsi, Masnah, dan Lala Anwar, Ribka Hapidatun Nurillah, Nurhasfiani. H, "Perencanaan Manajemen Keuangan Berbasis Syariah," *YUME : Journal of Management* 7, no. 3 (2024): 1183.

¹⁶ Purnama Putra dan Wiwik Hasbiyah A.N, *Teori Dan Praktik Pemasaran Syariah, PT. Raja Grafindo Persada* (Depok: PT, 2018), 18.

eksternal menunjukkan peluang berupa meningkatnya permintaan pasar, dukungan masyarakat, serta keberpihakan kebijakan pemerintah, meskipun dihadapkan pada ancaman seperti fluktuasi harga, persaingan, dan risiko penyakit. Berdasarkan penelitian tersebut, strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan promosi untuk memperluas pasar, pengembangan distribusi ke wilayah yang lebih luas, dan inovasi produk, seperti telur dengan nilai tambah untuk meningkatkan daya saing usaha.¹⁷

Dengan melihat kondisi yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis penerapan strategi pemasaran syariah di peternakan ayam petelur Sukron guna meningkatkan daya saing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam bagaimana strategi tersebut dapat diterapkan secara efektif dalam mendukung keberlanjutan usaha. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep pemasaran syariah di sektor peternakan serta memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi pelaku usaha. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian **“Strategi Pemasaran Syariah Peternakan Ayam Petelur Sukron Guna Meningkatkan Daya Saing”**.

¹⁷ Atika Juniarti, “Analisis Strategi Pemasaran Telur Ayam Petelur (Studi Kasus Pada Peternakan Ibu Sukinem Desa Sumbersawit Kecamatan Sidorejo Kabupaten Magetan),” (*Skripsi Sarjana, Universitas Pakuan Bogor*), 2022, 60.

B. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka penulis dapat memaparkan dan mengambil beberapa masalah yang dituangkan dalam rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan prinsip syariah dalam strategi pemasaran dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing peternakan ayam petelur Sukron di pasar?
2. Bagaimana segmentasi pasar yang dilakukan oleh peternakan ayam petelur Sukron?
3. Bagaimana kendala yang dihadapi peternakan ayam petelur Sukron?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis penerapan prinsip syariah dalam strategi pemasaran dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing peternakan ayam petelur Sukron di pasar.
2. Untuk menganalisis segmentasi pasar yang dilakukan oleh peternakan ayam petelur Sukron.
3. Untuk menganalisis kendala yang dihadapi peternakan ayam petelur Sukron.

D. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Untuk mencegah adanya perluasan masalah yang menyebabkan pembahasan menjadi tidak konsisten dengan rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya. Dalam penelitian ini, disebutkan bahwa identifikasi masalah berfokus pada upaya untuk memahami dan menganalisis penerapan strategi pemasaran syariah pada peternakan ayam petelur Sukron.

Penerapan pemasaran syariah diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap daya saing usaha, baik dari segi efisiensi, keberlanjutan, maupun reputasi usaha tersebut di mata konsumen yang menghargai prinsip syariah dalam transaksi bisnis. Selain itu, analisis tentang segmentasi pasar dan kendala yang dihadapi oleh usaha peternakan. Penelitian ini akan dibatasi pada aspek-aspek berikut:

1. Penelitian berfokus pada bagaimana prinsip-prinsip syariah, seperti ketakwaan, kesederhanaan, dan kebajikan, diterapkan dalam strategi pemasaran yang digunakan oleh peternakan ayam petelur Sukron. Fokus utamanya adalah pada aspek pemasaran yang mematuhi syariah, termasuk pemilihan saluran distribusi, dan penetapan harga yang adil.
2. Penelitian berfokus pada segmentasi pasar yang diterapkan oleh peternakan Sukron.
3. Penelitian akan berfokus pada analisis mengenai kendala-kendala yang dihadapi oleh peternakan Sukron dalam menerapkan strategi pemasaran syariah. Kendala tersebut bisa berupa faktor internal seperti keterbatasan

sumber daya, pengetahuan tentang pemasaran syariah, atau tantangan eksternal seperti persaingan pasar.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberi wawasan sebagai tambahan pengetahuan dan bahan masukan, disamping itu penelitian ini diharapkan sebagai acuan teori khususnya mengenai strategi pemasaran syariah produk telur guna meningkatkan daya saing.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari berbagai pihak, diantaranya:

a. Bagi Peternakan Ayam Petelur Sukron

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan solusi dalam meningkatkan daya saing usaha khususnya di bidang pemasaran yang semakin ketat.

b. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan bisa menambah referensi pada perpustakaan perpustakaan Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

c. Bagi Penulis Selanjutnya

Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat menjadi acuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya sehingga dapat memberikan ide atau gagasan baru yang bermanfaat.

d. Bagi Penulis

Menambah wawasan serta pengetahuan mengenai strategi pemasaran syariah yang cocok digunakan untuk meningkatkan daya saing pada sebuah usaha serta pengetahuan tentang bagaimana menjalankan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah.

F. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah pemahaman judul penelitian ini, beberapa istilah dalam judul perlu dijelaskan, yaitu:

1. Definisi Konseptual

a. Pemasaran Syariah

Pemasaran syariah adalah cara memasarkan produk atau jasa yang mengikuti nilai-nilai Islam dan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam agama. Konsep ini tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga menekankan kejujuran, keadilan, dan keberkahan dalam setiap aktivitas bisnis. Singkatnya, pemasaran syariah dilakukan dengan mengikuti ajaran Nabi Muhammad SAW, seperti menjunjung tinggi etika, menghindari riba, dan memastikan semua transaksi berjalan secara transparan serta adil. Hal ini membuat

pemasaran syariah tidak hanya menguntungkan dari sisi bisnis tetapi juga membawa manfaat yang baik untuk semua pihak yang terlibat.¹⁸

b. Ayam Petelur

Ayam petelur adalah salah satu jenis ayam ras yang dikenal sangat efisien dalam memproduksi telur, menjadikannya pilihan utama bagi para peternak yang fokus pada produksi telur sebagai komoditas utama. Jenis ayam ini memiliki kemampuan bertelur yang konsisten, dengan tingkat produktivitas yang tinggi dibandingkan dengan jenis ayam lainnya, sehingga sangat menguntungkan secara ekonomi.¹⁹

c. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana untuk menentukan bagaimana mengelola biaya, produk, promosi, dan distribusi agar sesuai dengan kebutuhan pasar. Strategi ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen, meningkatkan penjualan, dan tetap kompetitif di tengah persaingan bisnis. Dalam strategi pemasaran, keputusan yang diambil biasanya mempertimbangkan kondisi lingkungan bisnis yang sedang terjadi, seperti tren pasar atau kebutuhan konsumen, serta situasi persaingan dengan kompetitor. Dengan pendekatan yang tepat, bisnis dapat mengalokasikan sumber daya secara efisien untuk mencapai hasil terbaik.²⁰

¹⁸ Putra dan A.N, *Teori Dan Praktik Pemasaran Syariah*, 18.

¹⁹ Muharlaien dan Dkk, *Ilmu Produksi Ternak Unggas*, UB Press (Malang: UB Press, 2017), 21, <http://repository.pertanian.go.id/handle/123456789/14214>.

²⁰ Jupi Erandi et al., *Pemasaran Syariah* (Bandung: Widina Media Utama, 2024), 6.

2. Definisi Operasional

Berdasarkan penegasan konseptual diatas, definisi operasional yang dimaksud dalam skripsi ini adalah menjelaskan tentang permasalahan tertentu pada suatu penelitian, untuk menghindari perbedaan penafsiran. Maka secara operasional dari judul “Strategi Pemasaran Syariah Peternakan Ayam Petelur Sukron Guna Meningkatkan Daya Saing”. Maka dari itu strategi pemasaran syariah dalam penelitian ini diartikan sebagai upaya pemasaran yang dilakukan oleh usaha peternakan ayam petelur Sukron berdasarkan prinsip-prinsip Syariah, seperti: Prinsip ketakwaan, kesederhanaan, dan kebajikan. Strategi ini mencakup pengelolaan produk, penetapan harga, promosi, dan distribusi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Usaha peternakan ayam petelur Sukron adalah usaha yang dikelola oleh Sukron di Blitar, yang berfokus pada produksi dan pemasaran telur ayam dengan tujuan meningkatkan daya saing. Daya saing dalam penelitian ini merujuk pada kemampuan usaha untuk bertahan dan unggul di pasar melalui peningkatan kualitas produk, kepercayaan konsumen, jumlah penjualan, serta citra usaha yang positif. Definisi ini menjadi dasar untuk menganalisis bagaimana penerapan strategi pemasaran syariah dapat membantu usaha Sukron dalam menghadapi persaingan pasar.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini, maka perlu ditentukan sistematika penulisan yang baik dan benar, sistematika itu sendiri dibagi menjadi 3 (tiga) bagian yaitu sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal dalam susunan penulisan ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, dan halaman abstrak.

2. Bagian Inti

Bagian inti ini terdiri dari 6 (enam) bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini memuat tentang konteks penelitian, fokus penelitian dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bagian ini menjelaskan dan menguraikan tentang landasan teoritis yang digunakan untuk menganalisis data penelitian dan menjelaskan data penelitian yang telah ditemukan di lapangan, penelitian terdahulu

sebagai referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian ini terdiri dari rancangan penelitian, kehadiran penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang temuan- temuan dari hasil penelitian yang telah di lakukan. Pada bagian ini meliputi uraian data dan hasil temuan penelitian. pada bagian inti peneliti menuangkan hasil dari penelitian yang telah di lakukan sebelumnya yang di peroleh dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan mengenai hasil penelitian yang telah di lakukan oleh peneliti dan di uraikan dengan teori yang telah mengarah pada penelitian. Adapun data yang telah diperoleh tersebut sudah sesuai dengan teori yang ada atau malah bertentangan dengan teori dengan teori tersebut.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan serta saran dan bagian akhir dalam sistematika penelitian yang telah dilakukan yang terdiri kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan, dan saran. Pada bagian ini peneliti menyimpulkan

hasil penelitian kemudian memberikan saran kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, dan lampiran-lampiran yang ada.