

ABSTRAK

Ahmad Ghazali. 20.2.21.017. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ayam Potong Di Sepanjang Jalan Poros Dayung Kelurahan Teluk Lingga. Skripsi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur. Dibimbing oleh Mustatho, M.Pd selaku pembimbing I dan Muhktar, M.Pd selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan ayam potong di Jalan Poros Dayung, Kelurahan Teluk Lingga, Kota Sangatta Utara. Usaha penjualan ayam potong di wilayah ini mulai berkembang sejak akhir tahun 2017, didorong oleh peningkatan populasi, aksesibilitas yang baik, dan harga yang terjangkau.

Jenis penelitian ini yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dimana untuk memperoleh data yang akurat maka penulis langsung ke lokasi penelitian yakni Usaha Ayam Potong Jaya Bersama dan Usaha Ayam Potong Putri Kediri di jalan poros dayung, dengan menggunakan pendekatan penelitian yaitu kualitatif.

Adapun informan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha/pemilik usaha ayam potong putri Kediri, pemilik RPA Aisyah dan karyawan ayam potong jaya bersama. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan Teknik (pengumpulan data) observasi, wawancara, dokumentasi, dan data yang diperoleh dikumpulkan dan diolah secara deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang ayam potong menggunakan berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Fokus utama mereka adalah pada kualitas dan kehalalan produk yang jual, Kualitas ayam yang dijamin melalui pasokan ayam hidup dari peternak lokal setiap hari. Lokasi penjualan di jalan poros Dayung, yang strategis dan ramai, juga menjadi faktor pendukung penting karena meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas lapak penjualan. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa faktor penghambat, termasuk persaingan dari pedagang baru yang menyebabkan pergeseran pelanggan, dan akses jalan menuju lapak yang menjadi becek akibat pengerjaan pembuatan parit, yang mengurangi kenyamanan pelanggan.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran penjualan, ayam potong.*