

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN AYAM POTONG DI SEPANJANG  
JALAN POROS DAYUNG KELURAHAN  
TELUK LINGGA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur  
Sebagai Prasyarat Memperoleh Gelar Sarjanah Ekonomi (S.E)**



Oleh:

**Ahmad Ghazali**

**20.2.21.017**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA  
KUTAI TIMUR  
2024**



**Yayasan Perguruan Tinggi Agama Islam Sangatta (YPTAIS) Kutai Timur**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA KUTAI TIMUR**  
**TERAKREDITASI B**

Berdasarkan SK BAN-PT nomor: 349/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/VI/2020 Tanggal 13 Juni 2020

Alamat : Soekarno Hatta, Kec. Sangatta Utara Kutai Timur, 75611 Telp. 0811596662

Website: <http://www.staiskutim.ac.id> E-mail: [admin@staiskutim.ac.id](mailto:admin@staiskutim.ac.id)

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya mengadakan koreksi dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Ahmad Ghazali  
NIM : 20.2.21.017  
Jurusan : Syariah  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ayam Potong  
Di Sepanjang Jalan Poros Dayung Kelurahan Teluk Lingga

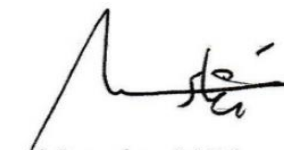
Dengan ini saya mohon agar naskah skripsi tersebut dapat dimunaqasahkan.  
Demikian harap menjadi maklum.

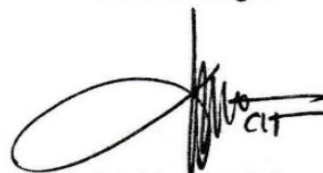
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sangatta, 18 Mei 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Mustathto, M.Pd

  
Mukhtar, M.Pd

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Syariah  
  
Achmad Panruddin, M.S.I.





**Yayasan Perguruan Tinggi Agama Islam Sangatta (YPTAIS) Kutai Timur**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA KUTAI TIMUR**  
**TERAKREDITASI B**

**Berdasarkan SK BAN-PT nomor: 349/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/VI/2020 Tanggal 13 Juni 2020**

Alamat : Soekarno Hatta, Kec. Sangatta Utara Kutai Timur, 75611 Telp. 0811596662

Website: <http://www.staiskutim.ac.id> E-mail: [admin@staiskutim.ac.id](mailto:admin@staiskutim.ac.id)

**PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ayam Potong  
Di Sepanjang Jalan Poros Dayung Kelurahan Teluk Lingga.  
Nama : Ahmad Ghazali  
NIM : 20.2.21.017  
Jurusan : Syariah  
Prodi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan di depan tim Penguji Jurusan Syariah Program Studi  
Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur pada  
tanggal 16 Juni 2024, dinyatakan **LULUS** dengan predikat (**SANGAT  
MEMUASKAN**), dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**.

**Tim Sidang**

1. Dr. Satriah, M.Pd  
(Ketua Sidang)
2. Moh. Khoirul Faizin, M.E  
(Sekretaris Sidang)
3. Dr. Satriah, M.Pd  
(Penguji Utama)
4. Dr. Eko Nursalim, M.S.I  
(Penguji I)
5. Mustajib Daroini, MM.Pd.  
(Penguji II)

**Tanda Tangan**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

Sangatta, 16 Juni 2024  
Mengesahkan  
Ketua STAI Sangatta Kutai Timur

  
**Dr. Satriah, M.Pd**  
NIDN. 211607501

## PERNYATAAN

Nama : Ahmad Ghazali  
Nim : 20.2.21.017  
Jurusan : Syariah  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ayam Potong Di Sepanjang Jalan Poros Dayung Kelurahan Teluk Lingga.

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini bukanlah karya dan buah pikiran yang sudah (pernah) ditulis / diterbitkan oleh orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang di jadikan bahan rujukan dalam penelitian ini.

Sangatta, 18 Mei 2024

Yang Menyatakan,



**Ahmad Ghazali**

## **MOTTO**

Orang dicintai tapi tidak mencintai itu membuat orang lain menderita, tapi orang mencintai tidak dicintai, diri Sendiri akan menderita.

( Prof Mahfud MD )

Hidup yang tidak di pertaruhkan tidak akan pernah dimenangkan, dan untuk memulai hal yang baru mencoba sesuatu yang lain yang memang terkadang kita haru mempertaruhkan apa yang kita punya

( Najwa Shihab )

## PERSEMBAHAN



Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselasaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

### **Ibunda dan Ayahanda Tercinta**

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu (Siti Fatimah) dan Ayah (Abdul Haris) yang telah memberikan kasih sayang, secara dukungan, ridho, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selebar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Ibu dan ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku serta selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik, Terima kasih Ibu...  
Terima kasih Ayah...

### **Kakak dan Orang terdekatku**

Sebagai tanda terima kasih, aku persembahkan karya kecil ini untuk kakak (Nur Rahmah) serta kekasihku (Sri Rahayu). Terima kasih telah memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik yang engkau berikan menjadikan ku orang yang baik pula. Terima kasih...

### **Teman – teman**

Buat kawan-kawanku yang selalu memberikan motivasi, nasihat, dukungan moral serta material yang selalu membuatku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, Besti-bestiku (Jhordi, cinny, salma), dan kawan-kawan dari semester 1 sampe semester akhir, serta kawan kawan diluar kampus Guru Jalal, Rauf, Siddiq, dan Teman-pondok lainnya. Terima kasih kawan-kawanku, kalian telah memberikan banyak hal yang tak terlupakan..

### **Dosen Pembimbing**

Bapak Mustathso, S.Pd dan bapak Mukhtar, S.Pd selaku dosen pembimbing skripsi saya, terima kasih banyak bapak sudah membantu selama ini, sudah dinasehati, sudah diajari, dan mengarahkan saya sampai skripsi ini selesai.

*Tanpa mereka, karya ini tidak akan pernah tercipta  
"Ahmad Ghazali"*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan ayam potong di sepanjang poros dayung kelurahan Teluk Lingga** “ Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita, nabi Muhammad SAW. Yang telah membawa risalah Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu ke-Islaman, sehingga dapat menjadi bekal hidup kita, baik di dunia dan di akhirat kelak.

Suatu kebanggaan tersendiri, jika suatu tugas dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Bagi penulis, penyusunan skripsi merupakan tugas yang tidak ringan. Peneliti menyadari bahwa banyak mengalami kendala namun berkat bantuan, bimbingan, Kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT Sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi.

Untuk itu penulis menyampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, khususnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr. Satriah, M.Pd selaku Ketua STAI Sangatta Kutai Timur
2. Bapak Achmad Fahrudin, M.S.I selaku Ketua Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai Timur yang berkenan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menuntut ilmu di Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Ibu Imronah Hayati selaku Sekertaris Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai Timur.
4. Bapak Firdaus M.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah STAI

Sangatta Kutai Timur yang berkenan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menuntut ilmu di Program Studi Ekonomi Syariah

5. Bapak Mustatho, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Mukhtar, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing sehingga dengan kesabaran penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Para Dosen pengajar staff karyawan di lingkungan Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai Timur.
7. Teristimewa ucapan terima kasih yang tiada habisnya-habisnya kepada ibunda tercinta dan Ayahanda tersayang yang telah mendidik, memberikan bimbingan hidup, memberikan dukungan, dan selalu mendoakan keberhasilan dan keselamatan anaknya.
8. Kepada penguuh pondok pesantren Darul Khairat KH. Ahmad Jairomi yang telah banyak memberikan arahan, motivasi, kasih sayang serta memfasilitasi selama saya kuliah di Sangatta ini. Dan seluruh keluarga besar pondok pesantren yang telah membantu dan mendoakan penulis dalam penulisan skripsi ini.
9. Kepada Pimpinan Nusantara Teknik Jaya Bapak Habibullah Al Malik yang telah banyak membantu dalam memfasilitasi selama saya skripsi.
10. Kepada Sri Rahayu yang selalu menyemangati, setia menemani kala suka maupun duka. Kepada sahabat-sahabatku (jhrodi, salma, cinny) yang telah memberikan pemikiran dan semangat dalam menulis skripsi ini. Dan teruntuk teman-teman seperjuangan yaitu mahasiswa S1 Ekonomi Syariah



Angkatan 2020 sebagai sumber kebahagiaan penulis selama menjalani perkuliahan dikampus. Dan semua pihak yang telah berjasa dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

11. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak, semoga mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT dan diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua Aamiin.

Penulis dalam hal ini juga mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya Aamiin.

Sangatta, 18 Mei 2024

Peneliti,

Ahmad Ghazali

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR/BAGAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah .....	9
C. Perumusan Masalah.....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
E. Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
A. Deskripsi Teori.....	13
B. Telaah Pustaka.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	51
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	52
C. Data dan Sumber Data.....	52
D. Teknik Pengumpulan Data .....	53

E. Teknik Analisis Data.....	58
F. Uji Keabsahan Data.....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	62
B. Deskripsi Data Penelitian .....	64
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	72
D. Keterbatasan Penelitian .....	76
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>79</b>
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	
<b>BIODATA PENELITI.....</b>	

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya.

Pedoman transliterasi dalam skripsi ini mengacu pada SKB Menteri Agama dan Menteri P dan K Republik Indonesia No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari sebagai berikut:

### 1. Konsonan Tunggal

Konsonan Huruf Arab	Huruf Latin
أ	Ā/ā (untuk fathah panjang)
ي	Ī/ī (untuk kasroh panjang)
و	Ū/ū (untuk dommah panjang)
ث	Š/š
ح	Ḥ/ḥ
خ	Kh
د	D/d
ذ	Ḍ/ḏ
ز	Z/z
س	S/s
ش	Sy
ص	Ṣ/ṣ
ض	Ḍ/ḏ
ط	Ṭ/ṭ
ظ	Ẓ/ẓ
ع	‘
غ	Ġ
ه	H/h
ء	’

## 2. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf/transliterasinya berupa huruf dan tanda, contoh:

قَالَ	Dibaca qāla
قِيلَ	Dibaca qīla
يَقُولُ	Dibaca yaqūlu

## 3. *Ta Marbutah*

Transliterasinya menggunakan:

- a. *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya *h*.

Contoh: طَلْحَةَ dibaca Ṭalḥah.

- b. Pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ dibaca rauḍah al-athfal.

## 4. Kata Sandang

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

- a. Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الرَّحِيمُ dibaca ar-Rahimu

b. Kata sandang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai bunyinya.

Contoh: الْمَلِكُ dibaca al-Maliku

5. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *huruf*, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain. Karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh: مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا dibaca Manista'a' a ilaihi sabila

## DAFTAR SINGKATAN

<b>Singkatan</b>	<b>Kepanjangan</b>
SWT.	Subhanahu Wa a'la
Saw.	Shalallahu 'alaihi wa salam
As.	'alaihi wa sallam
QS.	Al-qur'an Surah
HR.	Hadis Riwayat
h.	Halaman
dst.	Dan seterusnya
dll.	Dan lain-lain.

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I : Persamaan Dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu.....	44



## DAFTAR GAMBAR/BAGAN

	Halaman
Gambar 1.1 Teknik analisis data.....	54
Gambar 1.2 Triangulasi dengan tiga sumber data.....	56

# **BAB I**

## **PEN DAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Penjualan di Indonesia saat ini sangat cepat dan ketat. Bisnis saat ini menuntut penjual untuk melakukan hal yang berbeda untuk mendapatkan pangsa pasar dan bahkan mengendalikannya. Untuk menguasai pangsa pasarnya, penjual harus memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Pada saat yang sama, konsumen menjadi lebih perhatian dan berhati-hati dalam memilih produk, sementara konsumen terus berubah, yang menuntut penjual untuk merespons perubahan tersebut, untuk mengantisipasi masalah tersebut, penjual harus menerapkan beberapa kebijakan dalam pemasaran.<sup>1</sup>

Dengan penjualan yang semakin ketat di dunia bisnis dan situasi pasar secara umum yang penuh dengan berbagai penawaran dan strategi pemasaran yang inovatif, semua penjual enggan memasarkan produk mereka. Industri harus memperhatikan perubahan pasar dan konsumen. Pengusaha harus mampu membuat keputusan yang cepat dan akurat tentang strategi pemasaran untuk penawaran produk mereka.<sup>2</sup>

Penjual yang beranjak pada aktivitas pemasaran mempunyai tujuan yang wajib dicapai baik pada jangka pendek juga jangka panjang.

---

<sup>1</sup> Burhan Bungin, 'Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya', 2010.

<sup>2</sup> Nur Hikmah, 'Strategi Buran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Ayam Potong Sawung Galih', *Kripsi. Purwokerto. IAIN Purwokerto* (Institut Agama Islam Negeri, 2021).

yang dilakukan penjual pada jangka pendek umumnya merupakan memenangkan hati konsumen untuk membeli & memakai produk yang diiklankan. Sementara itu, bagaimana sebuah penjual dapat mempertahankan kualitas produk dalam jangka panjang, sehingga bertahan lama di pasaran dan menjadi merek pertama yang dicari dan diingat konsumen.<sup>3</sup>

Menurut Philip Kotler, pemasaran merupakan suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang diperlukan dan diinginkan mereka dengan cara menciptakan, menawarkan, dan dengan sukarela berbagi produk dan jasa berharga kepada orang lain. Sebagai tambahan, menurut *American Marketing Association (AMA)*, yang dikutip oleh Kotler dan Keller, pemasaran didefinisikan sebagai fungsi organisasi dan serangkaian proses yang bertujuan untuk menciptakan, berkomunikasi, dan memberikan nilai kepada pelanggan. Proses ini juga melibatkan manajemen hubungan pelanggan dengan cara yang bermanfaat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tujuan pemasaran adalah mencapai tujuan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui berbagai metode, seperti perancangan produk, penetapan harga, pelaksanaan kampanye, pembangunan hubungan pelanggan, pemberian kepuasan konsumen, dan mencapai manfaat bagi organisasi.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Nova Tan Oktovianus, 'Strategi Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pakan CV. KENCONO TIRTO AGUNG', 2021.

<sup>4</sup> Adi Priya Pratama, 'Pengaruh Marketing MIX Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Ayam Potong Di UD Baim Pratama (Studi Kasus Pasar Harjamukti Kota Cirebon)' (IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2015).

Menurut Indarjanto dan Bodroastut, efektivitas merupakan indikator tercapainya implementasi program aksi atau kebijakan yang bertujuan untuk mewujudkan tujuan, sasaran, visi, dan misi organisasi yang tertuang dalam rencana strategis. Pengukuran kinerja penjual dilakukan dengan tujuan menilai sejauh mana perkembangan penjual telah dicapai. Mengetahui status kerangka kerja merupakan dasar bagi penjual untuk melakukan perbaikan dan mengambil tindakan yang diperlukan. Sistem pengukuran kinerja, yang dikembangkan oleh Robert S. Kaplan dan David P. Ferdinandus sebagaimana dijelaskan dalam karya Agung Himawan dan Juansah de Norton, mencakup empat perspektif, yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan atau konsumen, perspektif proses bisnis internal dan pembelajaran, serta dari segi pertumbuhan.<sup>5</sup>

Menurut Kotler dan Armstrong, bauran pemasaran mencakup empat elemen utama yang dapat dikendalikan oleh penjual, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Strategi menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sebanyak mungkin semua alat pemasaran penjual dikenal dengan konsep produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik.<sup>6</sup>

Persaingan bisnis yang ketat menuntut pengusaha untuk terus meningkatkan kualitas barang atau jasa, kampanye, harga dan layanan yang ditujukan kepada konsumen dengan memahami konsumen dan

---

<sup>5</sup> Andi Rizqi Yunawan, 'Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Etrading Securities Gallery Semarang', 2010.

<sup>6</sup> Fatma Dewiawana, 'Analisis Pemasaran Syariah Pada Ayam Potong Syariah Marelan Raya Pasar V Medan', 2017.

kebutuhannya. Pesaing melakukan yang terbaik untuk menerapkan setiap peluang untuk mencapai tujuan meningkatkan penjualan dan memaksimalkan keuntungannya. Pemasaran dalam Islam adalah strategi pemasaran yang berlandaskan Al-Quran dan Sunnah Rasulullah SAW. Pemasaran Islam adalah bisnis yang memimpin proses penciptaan, pengiriman dan transformasi nilai (*values*) dari inisiator ke pemangku kepentingan di seluruh proses. Akad serta prinsip syariah sehingga strategi pemasaran ini tertuang dalam Q.S An-Nisa ayat 29:

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

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan peniagaan, yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.<sup>7</sup>

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah telah melarang konsumsi properti orang lain secara sia-sia, yaitu. tanpa ganti rugi dan pencemaran nama baik. Inilah dasar kesia-siaan berdasarkan Ijma umat dan meliputi segala macam akad yang dirusak oleh syara' baik karena mengandung riba maupun karena besarnya kerugian seperti Alkohol, babi, dll. penjualan real estat kemudian diperbolehkan secara hukum karena pengecualian, tidak berlaku karena aset bisnis tidak dihitung sebagai aset yang tidak dapat diperdagangkan.

---

<sup>7</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah, Q.S An-Nisa/4:29*.

Q.S Al-Baqarah ayat 168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.<sup>8</sup>

Ayat ini Allah menjelaskan bahwa di Bumi ada makanan buat umat manusia. Seperti pada kelompok ayat di atas, di sini Allah menyeru kepada seluruh umat manusia, bukan hanya orang beriman, agar memilih makanan yang halal dan yang bagus (thayyib). Tentu, praktik yang diperintahkan ini oleh Allah dijamin mendatangkan keuntungan dalam kesehatan, baik kesehatan fisik maupun psikis, baik individu maupun sosial.

Q.S Al-Maidah ayat 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman.<sup>9</sup>

Pada ayat ini Allah memerintahkan kepada hamba-Nya agar mereka makan rezeki yang halal dan baik, yang telah dikaruniakan-Nya kepada mereka. "Halal" di sini mengandung pengertian, halal bendanya dan halal cara memperolehnya. Sedangkan "baik" adalah dari segi kemanfaatannya, yaitu yang mengandung manfaat dan maslahat bagi tubuh, mengandung gizi, vitamin, protein dan sebagainya. Makanan tidak baik, selain tidak mengandung gizi, juga jika dikonsumsi akan merusak kesehatan. Prinsip

<sup>8</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah, Q.S Al-Baqarah/2:168*.

<sup>9</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah, Q.S Al-Maidah/5:88*.

"halal dan baik" ini hendaknya senantiasa menjadi perhatian dalam menentukan makanan dan minuman yang akan dimakan untuk diri sendiri dan untuk keluarga, karena makanan dan minuman itu tidak hanya berpengaruh terhadap jasmani, melainkan juga terhadap rohani. Setiap daging yang tumbuh dari sesuatu yang haram, maka neraka lebih baik baginya.

Dari segi ekonomi, Indonesia tergolong sebagai negara berkembang karena terjadi peningkatan pendapatan per kapita penduduk, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan protein hewani. Ayam broiler merupakan salah satu jenis unggas yang sangat strategis dalam memenuhi kebutuhan protein hewani di Indonesia. Permintaan terhadap daging ayam terus meningkat setiap tahunnya, sebagian besar karena ketersediaan harga yang terjangkau. Ayam broiler ditanakkan khusus untuk produksi daging, memiliki ciri-ciri tubuh yang besar, daging yang kaya lemak, gerakan yang lambat, pertumbuhan yang cepat, dan menghasilkan daging yang halus, lunak, dan empuk.

Ayam broiler memiliki pertumbuhan daging yang cepat dalam waktu yang relatif singkat. Kemudahan dalam hal perawatan ayam potong juga mudah dibudidayakan, sehingga banyak orang tertarik pada budidaya Ayam Potong (broiler). Salah satu faktor yang menjadi penghambat budidaya Ayam Potong adalah mudahnya terserang penyakit pada ayam potong. Ketidaktahuan orang awam terhadap gejala dan diagnosa penyakit ayam membuat ayam mudah terkena penyakit dan dapat berakibat kematian pada

ayam tersebut.

Ayam pedaging merupakan sumber protein penting bagi manusia dan kebutuhan masyarakat secara umum. Ayam tersebar di berbagai wilayah dan telah menjadi kebutuhan pokok atau kebutuhan bersama. Ayam kampung bukan hanya sebagai hewan ternak, melainkan juga sebagai sumber daya yang sangat dimanfaatkan, menjadikannya prioritas utama dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Penjualan ayam terus meningkat seiring dengan permintaan yang semakin tinggi, menunjukkan bahwa penjual ayam pedaging semakin berkembang dan dapat ditemukan di berbagai lokasi untuk memenuhi pasokan ayam pedaging kepada pelanggan ritel, termasuk rumah makan, restoran, dan pengguna akhir lainnya.

Seiring dengan perkembangan masyarakat modern saat ini, standar produk semakin memegang peranan penting dalam perdagangan. Standar produk ditetapkan oleh pemerintah atau instansi yang diberi wewenang untuk melindungi dan memberikan kepuasan kepada konsumen semaksimal mungkin. Ketentuan standar produk yang diperdagangkan semakin diperlukan dengan semakin maraknya pemalsuan atau rekayasa produk dengan teknologi tertentu yang cenderung merugikan dan membahayakan konsumen. Standar produk yang diterapkan oleh perusahaan tertentu secara langsung atau tidak langsung akan dapat memperbaiki posisi tawar bagi perusahaan tersebut. Oleh karena itu, selain mempertimbangkan kondisi pasar, pengusaha ayam potong juga perlu memperhatikan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah.



Salah satu standar produk adalah Standar produk halal, yaitu seperangkat aturan yang diterapkan untuk memastikan bahwa suatu produk atau jasa memenuhi prinsip-prinsip kehalalan dalam Islam: bahan baku yang halal seperti daging dari hewan yang disembelih secara syariah, proses produksi yang memperhatikan kebersihan dan prinsip kehalalan Islam dengan pemisahan produk halal dan non-halal, sertifikasi oleh lembaga yang diakui untuk menegaskan kehalalannya, label khusus yang memudahkan identifikasi oleh konsumen Muslim, serta mematuhi nilai-nilai etika Islam seperti keadilan dan kejujuran. Tujuannya adalah memberikan keyakinan kepada konsumen Muslim bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip agama mereka.

Penjual ayam potong saat ini sudah banyak berdiri di Kelurahan Teluk Lingga dan sekitarnya, salah satunya di sepanjang jalan poros dayung. Terdapat tiga pengusaha ayam potong yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan daging ayam pedaging masyarakat setempat.

Permintaan daging ayam yang terus meningkat disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya adalah pertumbuhan jumlah penduduk, peningkatan daya beli masyarakat, dan perubahan pola konsumsi yang cenderung lebih memilih daging ayam sebagai sumber protein hewani. Namun, meskipun permintaan tinggi, persaingan antar pedagang ayam potong juga semakin ketat. Hal ini menuntut para pengusaha untuk terus berinovasi dan mencari strategi pemasaran yang efektif agar dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan mereka.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di sepanjang jalan poros dayung dan mengidentifikasi faktor-faktor mendukung dan penghambat yang mempengaruhi penjualan ayam potong di sepanjang poros dayung. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengusaha peternakan ayam potong di sepanjang jalan Poros Dayung dalam meningkatkan penjualan produk mereka.

## **B. Penegasan istilah**

### **1. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tindakan yang melibatkan keputusan krusial dan memerlukan sumber daya penjual yang besar. Konsep strategi diperkenalkan oleh Chandler dan Andrews, yang menggambarkan strategi sebagai suatu kerangka yang mencakup berbagai tujuan dan arah jangka panjang penjual. Sementara menurut Porter, strategi dianggap sebagai alat yang sangat penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa taktik merujuk pada metode dan perencanaan pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan usaha yang diinginkan.<sup>10</sup>

### **2. Penjualan**

Proses penjualan merupakan kombinasi ilmu dan seni pengaruh pribadi yang digunakan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Penjualan merujuk

---

<sup>10</sup> Rambat Lupiyoadi and Ahmad Hamdani, 'Manajemen Pemasaran Jasa', 2006.

pada jumlah barang atau jasa yang berhasil terjual dalam suatu proses pertukaran. Semakin besar jumlah barang atau jasa yang berhasil dijual di pasar, semakin tinggi peluang keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual.<sup>11</sup>

### 3. Ayam potong

Ayam pedaging merupakan jenis unggas yang dipelihara khusus untuk mendapatkan dagingnya, dan merupakan sumber daging yang paling efisien dibandingkan dengan jenis ayam lainnya. Ayam ini ditandai dengan tubuh yang besar berisi daging gemuk, gerakan yang lambat namun pertumbuhan yang cepat, serta menghasilkan daging yang halus, lembut, dan empuk. Jenis ayam yang umumnya digunakan adalah ayam broiler.

## C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan penjualan pada usaha ayam potong di sepanjang poros dayung di kelurahan teluk lingga sangatta utara
2. Apa faktor pendukung dan penghambat peningkatan penjualan pada usaha ayam potong di sepanjang poros dayung di kelurahan teluk lingga sangatta utara

---

<sup>11</sup> Ika Novi Indriyati, Arief Daryanto, and Rina Oktaviani, 'Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Persepsi Konsumen PT Home Credit Indonesia', *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 4.2 (2018), 261.

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan penjualan ayam potong di sepanjang poros dayung di kelurahan teluk lingga
- b. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat penjualan ayam potong di sepanjang poros dayung.

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi pemasaran dan faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan penjualan ayam potong sehingga dapat menambah wawasan bagi mahasiswa dan masyarakat secara luas.

#### b. Manfaat Praktis

##### 1) Bagi pelaku usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengawasan bagi pengusaha bisnis ayam potong dalam meningkatkan penjualan.

##### 2) Bagi peneliti

Peneliti dapat mengaplikasikan teori pemasaran dalam konteks praktis yang nyata.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematik penulisan yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

**BAB I** Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, fokus masalah, penegasan istilah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat, sistematika penulisan

**BAB II** Dasar teori, meliputi teori-teori yang diperlukan dalam penelitian yaitu (Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan ayam potong di sepanjang poros dayung kelurahan teluk lingga) dan penelitian yang terkait.

**BAB III** Metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, teknik analisis data.

**BAB IV** Hasil pembahasan penelitian, pada bab ini meliputi gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, pembahasan hasil penelitian, keterbatasan penelitian terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan ayam potong di teluk lingga kota sangatta kutai timur.

**BAB V** Simpulan dan Saran, bab ini berisi Simpulan dan Saran yang dalam pemaparannya menceritakan secara singkat apa yang diperoleh dari penelitian, serta saran yang penulis berikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian dan yang akan berguna untuk penelitian selanjutnya.