

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ilmu ekonomi adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.¹ Tujuan ekonomi Islam membawa kepada konsep al-falah (kejayaan) didunia dan akhirat. Ekonomi Islam meletakkan manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini dimana segala bahan-bahan yang ada dibumi dan dilangit adalah diperuntukkan untuk manusia.²

Islam mendorong pemeluknya untuk mencari rezeki yang berkah, mendorong berproduksi dan menekuni aktifitas ekonomi diberbagai bidang usaha seperti pertanian, perkebunan, industri, perdagangan, bahkan bidang usaha lainnya.³

Bidang usaha lain yang dapat menjadi pendorong produksi ekonomi salah satunya beternak kambing. Peternakan kambing etawa merupakan sektor ril yang cukup menjanjikan. Tipologi produksi susu kambing umumnya merupakan penghasil daging, namun semakin berkembangnya zaman, para pengusaha mulai berinovasi untuk mengolah susu etawa menjadi bisnis yang menguntungkan.

¹ Abdul Manan, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997) cet. Ke-2, h.28

² Mustafa Edwin N Dkk, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*, (jakarta: Prenada Media Group), 2006. H.9

³ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h.37

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kambing perah memang masih terasa asing bagi sebagian masyarakat. Produk susunya pun masih sangat eksklusif karena dijual dan didistribusikan dalam jumlah terbatas. Padahal dengan khasiatnya dalam meningkatkan kesehatan tubuh, membantu dan mengatasi sejumlah penyakit, serta menambah kecantikan jelas bisnis kambing perah sangat menggiurkan. Apalagi hal ini didukung oleh harga jual susu yang sangat tinggi, tentu bisnis ini akan semakin menarik bila produk dari kambing perah diperkenalkan secara luas kepada masyarakat.⁴

Didalam kaedah fiqh yang paling basic dalam konsep Islam ‘*al ashlu fi al mu’amalati al ibaha ‘alla an yadhulla ‘ala takhrimihaa*’ (pada dasarnya semua bentuk mu’amalah/bisnis boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya)⁵ begitu juga dengan bisnis usaha susu kambing etawa. Didalam setiap bisnis usaha kita mengenal istilah pemasaran. pemasaran berpangkat pada kebutuhan pembeli yang belum terpenuhi dengan hal produk, kualitas, harga, mapun tempat. Jadi, pemasaran dapat didefinisikan sebagai hasil aktifitas bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen dan mencakup pembelian, penjualan, transportasi, pergudangan, standarisasi, tingkatan, *financing* dan resiko.⁶

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, ada beberapa tujuan yang akan dicapai. meningkatkan penjualan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

⁴ Tony setiawan dan Arsa Tanius, *Beternak kambing Perah Peranakan Ettawa*, (Jakarta: penebar Swadaya, 2002

⁵ Ahmad Azhar Bashir, *Asas-Asas Hukum Muamalat*, (Yogyakarta: UII Press, 2003), cet. Ke-1, h.87

⁶ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012). H. 4

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam jangka pendek biasanya untuk menarik hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.⁷

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing dari waktu ke waktu yang semakin meningkat. Dengan banyaknya pesaing yang bermunculan, secara tidak langsung akan mempengaruhi kelancaran kegiatan pemasaran produk, sehingga lambat laun daerah pemasaran akan semakin sempit. Oleh karena itu, setiap pengusaha yang ingin maju selalu berusaha dengan berbagai cara bagaimana produk yang dihasilkan dapat dipasarkan dan diterima oleh konsumen dengan baik sehingga memberikan nilai tambah kepada tenaga penjualan, distributor dan konsumen yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

Tujuan pemasaran dalam penjualan sebuah bisnis secara umum tidak lain adalah untuk memperoleh keuntungan (margin) dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Sebagaimana juga terdapat dalam Al-Qur'an Allah berfirman dalam surat al Fatir: 29.

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ ﴿٢٩﴾

Artinya: “*Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi*”. (QS. Al-fatir ayat 29)⁸

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005) cet. Ke-2, h.59-60

⁸ Depag, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: Sigma,2007), h. 437

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan keterangan ayat Al-Qur'an surat al fatir ayat 29 diatas disimpulkan bahwa setiap perniagaan atau usaha dalam bisnis adalah mengharapkan sebuah keuntungan untuk meningkatkan penjualannya demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Konsep penjualan berasumsi bahwa para konsumen biasanya menunjukkan hasrat hati yang lemah atau menunjukkan penolakan. Dan perlu dibujuk atau diperlakukan dengan ramah dan sabar agar mereka lebih tertarik untuk membeli. Karena itu perusahaan mesti mengadakan serangkaian kegiatan penjualan yang efektif dan memberikan peralatan promosi untuk merangsang agar lebih meningkat. Kebanyakan perusahaan mempraktekkan konsep penjualan jika mereka mempunyai kapasitas yang berlebih. Sasaran langsung mereka adalah menjual apa yang mereka buat, bukan membuat sesuatu yang baru yang dapat dijual.

Karena itu, agar penjualan efektif harus didahului oleh beberapa fungsi pemasaran lain seperti: Pengumpulan data tentang kebutuhan yang ada, penelitian pemasaran, pengembangan produk, penentuan harga, dan penyalurannya. Jika pemasar melaksanakan sebaik-baiknya tugas yang berkenaan dengan pengenalan kebutuhan konsumen, pengembangan produk yang serasi dengan kebutuhan, penentuan harga, distribusi dan promosi yang efektif, produk tersebut akan terjual dengan mudah.⁹

Islam sangat menghargai mekanisme dalam perdagangan. Penghargaan tersebut berangkat dari ketentuan allah SWT. Bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dan dengan suka sama suka.

⁹ Philip kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1996), jilid-1, edisi ke-5, h.28

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdagang adalah ikhtiar. Berikhtiar dengan hati, pikiran, jerih-payah dan usaha. Allah SWT menyuruh kaum muslimin melakukan transaksi jual beli atau berdagang sebagaimana firman Allah Swt dalam surat An-Nisa ayat 29¹⁰:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jangan kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu”. (QS an-nisa’ ayat 29)

Berdasarkan keterangan ayat Al-Qur’an surat An-nisa ayat 29 diatas disimpulkan bahwa umat Islam dilarang memakan harta yang didapat secara batil. Dan menganjurkan transaksi atau bisnis yang dilakukan dengan jalan suka sama suka.

Dalam suatu usaha perdagangan pastinya sebuah perusahaan an/organisasi bisnis baik skala kecil maupun besar tentu membutuhkan strategi pemasaran untuk mempertahankan hidup bisnisnya dalam meningkatkan penjualan. Penjualan akan meningkat dengan baik apabila dalam memasarkan terdapat strategi yang digunakan tepat sesuai sasaran.

Strategi pemasaran adalah usaha-usaha pemasaran logis untuk pencapaian suatu tujuan pada lingkungan pemasaran tertentu. Tujuan pemasaran yang umum adalah *profitabilitas*, pertumbuhan penjualan, pengembangan *market share*, pemimpin pasar, produktifitas, mempertahankan pasar dan sebagainya.

¹⁰ Depag, Al-Qur’an Dan Terjemahannya, (Bandung: Sigma, 2007), h. 83

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dijalankan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai logika pemasaran yang dipakai untuk bisnis mencapai tujuan pemasaran.¹¹

Strategi pemasaran terdiri dari strategi khusus yang berhubungan dengan pasar sasaran, bauran pemasaran dan pengeluaran pemasaran.

Salah satu perusahaan yang mengolah dan memanfaatkan hasil dari susu kambing Peranakan Etawa (PE) adalah CV Tamto Mandiri merupakan perusahaan komanditer yang didirikan pada tanggal 16 April 2015.

CV Tamto Mandiri merupakan perusahaan yang mengangkat usaha mikro/ usaha kecil rumahan dalam bidang penjualan susu kambing PE. CV Tamto Mandiri bekerjasama dengan beberapa kelompok tani ternak kambing PE di sekitaran lereng gunung merapi, para petani ternak menjual susu cair hasil perahan pada setiap harinya kepada CV Tamto Mandiri kemudian dari pihak perusahaan diolah menjadi susu bubuk dan dikemas untuk didistribusikan ke seluruh pelanggan susu kambing Peranakan Etawa (PE).

Sebagai perusahaan yang memproduksi hasil dari susu kambing Peranakan Etawa sangat memerlukan kegiatan pemasaran. Maka dari itu untuk kelangsungan hidup perusahaan diperlukan pengelolaan manajemen yang baik, terutama manajemen pemasaran sebagai ujung tombak dalam menghasilkan *profit* (keuntungan). Salah satu strategi yang dijalankan adalah *marketing mix* atau bauran pemasaran.

¹¹ Kotler Philip, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta:CV Intermedia, 1993), H. 416

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Marketing mix atau bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yakni produk, harga, lokasi/distribusi, dan promosi.¹²

Marketing mix seperti apakah yang diinginkan atau dipakai untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Umumnya strategi pemasaran ditentukan oleh beberapa variable marketing mixnya oleh sebab itu pemasaran harus dapat megembangkan strategi produk, harga distribusi dan promosi kedalam suatu rencana strategi yang menyeluruh. Didalam marketing mix ini salah satunya perusahaan harus mempelajari tentang keinginan dari konsumen tersebut misalnya memberikan inovasi varian rasa pada produk susu yang diproduksinya sehingga mengurangi bau prengus (jawa) yakni aroma khas pada susu kambing.

Produksi masal lainnya yang dikembangkan CV Tamto Mandiri selain susu bubuk etawa adalah susu pasteurisasi cair (susu kental manis), susu fermentasi (yogurt, kefir, yakult), dan kosmetik (sabun wajah, *body shop*, masker, dan *cream* siang malam)¹³.

Pengembangan agribisnis peternakan saat ini menjadikan susu etawa menjadi kebutuhan kesehatan dimasyarakat dan perlu ditumbuh dikembangkan dalam rangka kinerja sistem agribisnis dimasa mendatang. Disamping itu agar peternak dapat lebih banyak menikmati nilai tambah komoditas yang mereka hasilkan dari bisnis beternak kambing sehingga memperoleh pendapatan dan kesejahteraan hidup yang lebih layak.

¹² Basu Swasta, *Azas-Azas Marketing, Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1995) h. 143

¹³ Sutrisno (*Marketing CV Tamto Mandiri*), Wawancara, 22 Februari 2017

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ternak kambing khususnya kambing peranakan ettawa(PE) merupakan salah satu sumber daya penghasil bahan makanan berupa daging dan susu yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi, dan penting artinya bagi masyarakat. Susu kambing memiliki komposisi kimia yang cukup baik (kandungan protein 4,3 % dan lemak 2,8%) relative lebih baik dibandingkan kandungan protein susu sapi dengan protein 3,8% dan lemak 5,0% (sunarlim dkk, 1992). Disamping itu dibandingkan susu sapi, susu kambing lebih mudah dicerna karena molekul lemak susu kambing lebih kecil dan secara alamiah sudah berada dalam keadaan homogen.¹⁴ Selain itu anggapan yang berkembang dimasyarakat adalah bahwa susu kambing PE dapat menyembuhkan berbagai penyakit pernafasan, seperti asma dan TBC. Oleh karena itu, permintaan cenderung meningkat dan harga yang cukup tinggi.

Meskipun susu kambing mempunyai manfaat yang baik dan merupakan susu terbaik setelah ASI, namun kurangnya pemahaman masyarakat tentang manfaat dan khasiat susu kambing akibat persepsi masyarakat pada umumnya yang menilai bahwa susu kambing identik dengan baunya yang khas / prengus (jawa) sehingga susu kambing kurang diminati dan menjadikan perusahaan belum mampu mendorong usaha olahan susu kambing ini mengalami peningkatan secara signifikan dan berkelanjutan. Hal ini dapat dilihat dari tabel penjualan susu kambing CV Tamto Mandiri pada tabel.

¹⁴ [http// Budi Setiawan, Analisis Usaha Peternakan Kambing PE \(Peranakan Ettawa\), Blogspot](http:// Budi Setiawan, Analisis Usaha Peternakan Kambing PE (Peranakan Ettawa), Blogspot), Diakses Tanggal 1 Februari 2017 jam:08.09 WIB

TABEL 1.1
REKAPITULASI PENJUALAN SUSU KAMBING ETAWA
PADA CV TAMTO MANDIRI PERIODE SEPTEMBER
2015 – FEBRUARI 2017

TAHUN	BULAN	PENJUALAN	PERKEMBANGAN/PERTUMBUHAN
2015	September	Rp 98.771.100	-
	Oktober	Rp 126.449.100	28,02%
	November	Rp 192.304.000	52,08%
	Desember	Rp 158.968.000	-17,34%
2016	Januari	Rp 159.894.000	0,58%
	Februari	Rp 126.655.000	-20,79%
	Maret	Rp 169.858.700	34,11%
	April	Rp 201.944.000	18,89%
	Mei	Rp 170.659.344	-15,49%
	Juni	Rp 190.386.700	11,56%
	Juli	Rp 168.271.011	-11,62%
	Agustus	Rp 131.283.372	-21,98%
	September	Rp 169.390.630	29,03%
	Oktober	Rp 142.612.344	-15,81%
	November	Rp 143.473.588	0,60%
	Desember	Rp 146.030.965	1,78%
2017	Januari	Rp 112.207.700	-23,16%
	Februari	Rp 178.908.189	59,44%

Sumber: laporan keuangan perusahaan CV Tamto Mandiri Yogyakarta

Berdasarkan dari tabel diatas terlihat bahwa penjualan susu kambing Etawa mengalami fluktuasi pada penjualannya dari bulan september 2015 sampai bulan februari 2017. Hal ini dapat terjadi apabila strategi yang dilakukan perusahaan dalam menarik hati masyarakat belum maksimal sehingga menyebabkan penjualan susu kambing etawa pada perusahaan CV Tamto Mandiri tidak selalu meningkat.

Melihat kondisi diatas, penulis melihat strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV Tamto Mandiri dalam meningkatkan penjualannya apakah sudah sesuai dengan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) . Berdasarkan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

fenomena diatas maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA SUSU KAMBING ETTAWA CV. TAMTO MANDIRI YOGYAKARTA DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH”

B. Batasan Masalah

Agar peneliti terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka perlu adanya pembatasan masalah yang diteliti, maka penulis membatasi masalah yaitu Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Susu Kambing Ettawa CV. Tamto Mandiri Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang dikemukakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran usaha susu kambing ettawa untuk meningkatkan penjualan pada CV Tamto Mandiri Yogyakarta?
2. Apa faktor-faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi marketing dalam memasarkan usaha susu kambing ettawa pada CV Tamto Mandiri Yogyakarta?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha susu kambing ettawa CV. Tamto Mandiri Yogyakarta?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Tinjauan dan Manfaat Penelitian

1. Tinjauan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha susu kambing etawa CV Tamto Mandiri Yogyakarta
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor penghambat dan pendukung yang dihadapi marketing dalam memasarkan usaha susu kambing etawa pada CV Tamto Mandiri Yogyakarta
- c. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha susu kambing etawa CV Tamto Mandiri Yogyakarta

2. Kegunaan Penelitian

- a. Penelitian ini sebagai bahan kajian untuk memperdalam dan memperluas wawasan bagi penuli.
- b. Sebagai bahan masukan dan bahan informasi dalam menyusun tugas akhir bagi penelitian selanjutnya
- c. Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada CV Tamto Mandiri, terletak di Dusun Nganggring Desa Girikerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun alasan meneliti pada CV Tamto Mandiri di Yogyakarta karena perusahaan tersebut membudidayakan kambing sekaligus memproduksi hasil susunya dengan bermacam-macam

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

olahan, salah satu perusahaan terbesar pengolah susu di Yogyakarta dengan pemasaran hingga mencakup beberapa pulau di Indonesia.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan dan bagian marketing CV Tamto Mandiri. Sedangkan objek penelitiannya adalah tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha susu kambing etawa CV Tamto Mandiri Yogyakarta.

3. Populasi dan Sampel

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan CV Tamto Mandiri dan bagian marketing yang berjumlah 3 orang terdiri dari 1 pimpinan dan 2 bagian marketing, karena populasi dari penelitian ini tidak terlalu banyak maka penulis menggunakan *total sampling*. Total sampling yaitu teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi yaitu sebanyak 3 orang.

4. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Sumber data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini maka proses pengumpulan datanya perlu memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek.¹⁵ Sumber data primer yang akan penulis gunakan adalah data yang diperoleh langsung dari pimpinan dan bagian *marketing*.

¹⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008) h.103

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Sumber data sekunder adalah sumber data yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok, baik berupa manusia dengan wawancara, atau benda seperti majalah, buku, koran, dll. Dalam penelitian ini yang akan menjadi data sekunder adalah dokumen-dokumen resmi, buku-buku, dan hasil-hasil penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang akan peneliti gunakan adalah dengan cara:

- a. Observasi yaitu dengan pengamatan secara langsung para pembuat keputusan, berikut lingkungan fisiknya dan atau pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang berjalan.
- b. Wawancara / *Interview* yaitu Metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara lisan kepada pihak yang akan diteliti, yaitu marketing dan pimpinan perusahaan CV Tamto Mandiri.
- c. Dokumentasi yaitu dengan cara meneliti dokumen , arsip, buku-buku literature dan surat-surat yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

6. Metode Analisis Data

Yaitu dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan cara mengumpulkan data, dikelompokkan lalu disusun dan dihubungkan dengan teori yang relevan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas untuk diambil kesimpulan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Metode Penulisan

- a. Deduktif yaitu dengan mengumpulkan kaidah-kaidah umum yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, kemudian dianalisis dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif yaitu dengan mengumpulkan data atau masalah secara khusus, kemudian dianalisis dan diambil kesimpulan berdasarkan kaidah-kaidah umum yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.
- c. Deskriptif yaitu menganalisa data melalui metode merumuskan, mengumpulkan, menguraikan, dan menginterpretasikan berdasarkan telaah pustaka yang didapat dalam skripsi dan literature sebagai referensi penelitian ini untuk kemudian ditarik sebuah kesimpulan.

F. Sistematika Penulisan

BAB I :PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan

BAB II :GAMBARAN UMUM

Dalam bab ini diuraikan mengenai gambaran umum CV Tamto Mandiri yaitu sejarah singkat perusahaan, produk olahan susu yang dihasilkan, visi dan misi perusahaan, aktifitas usaha, dan struktur organisasi

BAB III: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dijelaskan yang berkaitan dengan teori yang ada hubungannya dalam permasalahan yakni tentang pengertian strategi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasaran, faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran, dasar hukum dalam pemasaran, pandangan Islam terhadap strategi pemasaran, penjualan dan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian terdiri dari strategi pemasaran yang dilakukan usaha susu kambing etawa untuk meningkatkan penjualan, faktor penghambat dan pendorong dalam memasarkan susu kambing etawa serta bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran produk susu kambing etawa untuk meningkatkan penjualan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan penelitian serta saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**