

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK AYAM
PETELUR PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS
KELOMPOK USAHA TERNAK AYAM PETELUR DI DESA
MONTONG GAMANG KECAMATAN KOPANG)**



Oleh:

Muh. Rajib Hidayat

NIM: 190501202

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2023**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK AYAM
PETELUR PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS
KELOMPOK USAHA TERNAK AYAM PETELUR DI DESA
MONTONG GAMANG KECAMATAN KOPANG)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram untuk
melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

MUH. RAJIB HIDAYAT

NIM: 190501202

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2023**



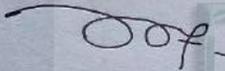
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Proposal skripsi oleh: Muh. Rajib Hidayat, NIM 190501202 dengan judul
"Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Petelur Perspektif Ekonomi
Islam (Studi Kasus Kelompok Ternak Ayam Desa Montong Gamang)"
telah memenuhi persyaratan dan di setujui untuk di uji

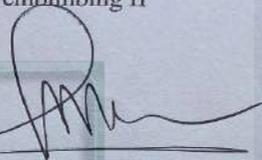
Disetujui Pada Tanggal:

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. Ma'ruf, S.H., M.Ag.
NIP: 19650514199703003



Gatot Suhirman M.Si
NIP: 198712302019031005



Perpustakaan UIN Mataram

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram,
Hal: **Ujian Skripsi**

Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
Di Mataram

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan Hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berharap bahwa skripsi saudara:

Nama : Muh. Rajib Hidayat
Nim : 190501202
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Petelur
Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kelompok Ternak
Ayan Petelur Desa Montong Gamang)

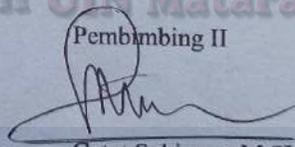
Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *Munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di *Munaqastah*-kan.

Pembimbing I



Drs. Ma'ruf, S.H., Ag.
NIP: 19650514199103003

Pembimbing II



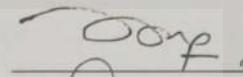
Gatot Suhirman, M.SI
NIP: 198712302019031005

PENGESAHAN

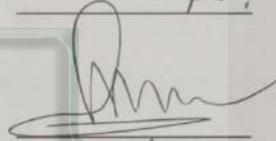
Skripsi oleh: Muh. Rajib Hidayat, NIM: 190501202 dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Petelur Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang)". Telah dipertahankan di depan dewan penguji jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal

Dewan Penguji

Drs. Ma'ruf, S.H.,M.Ag. (Ketua Sidang/Pemb. I)



Gatot Suhirman M.Si (Sekretaris Sidang/Pemb. II)



Dewi Sartika Nasutio M.Ec. (Penguji I)



Din Hari Fitriady M.Ag.



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Perpustakaan UIN Mataram



Prof. Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.
NIP.19711102002121001



MOTTO

Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun karena yang menyukaimu tidak butuh itu dan yang membencimu tidak percaya itu –

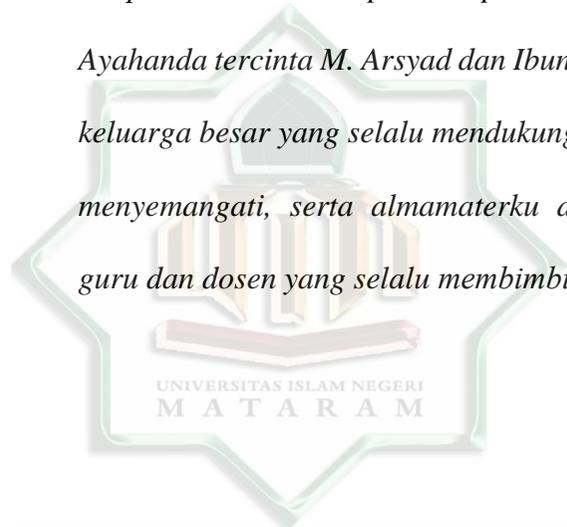
Ali bin Abi Thalib
UIN
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

PERSEMBAHAN

“Kupersembahkan skripsi ini kepada

Ayahanda tercinta M. Arsyad dan Ibunda Idawati, serta keluarga besar yang selalu mendukung saya, dan selalu menyemangati, serta almamaterku dan untuk semua guru dan dosen yang selalu membimbingku”



Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan pada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Petelur Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang)”. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman islamiyah.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti mengharapkan kritik serta saran perbaikan dari semua pihak yang terkait. Dalam penyusunan skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat sebagaimana mestinya, khususnya mahasiswa.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti tidak lepas dari adanya bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Drs. Ma'ruf, S.H., M.Ag. selaku pembimbing I dan Gatot Suhirman M.Si selaku pembimbing II yang memberikan bimbingan, motivasi dan koreksi yang mendetail terus menerus, dan tanpa bosan ditengah kesibukannya.
2. Ibu Dr. Zulfawati M.A selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Gatot Suhirman M.Si selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah.
3. Bapak Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
4. Bapak Prof. Dr. H. Masnun Tahir, M.Ag selaku rector Universitas Islam Negeri Mataram yang telah memberikan tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan telah memberikan bimbingan serta peringatan untuk tidak berlama-lama di kampus
5. Kepada semua dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah berjasa dalam memberi arahan, pelajaran serta ilmunya semoga dicatat sebagai amal jariyah disisi Allah SWT.
6. Kepada kedua orang tercinta, Ayahanda (M. Arsyad), dan Ibunda (Idawati) yang telah memberikan motivasi, saran, dukungan serta doa bagi penulis.

7. Kepada teman-teman seperjuangan kelas E Ekonomi Syariah terkhusus Joni, Kemas, Rofiqin, Rozzaq, Apip, Rian, Hadi, terimakasih telah menjadi bagian cerita indah selama bersama.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh sebab itu penulis mengharapkan masukan yang sifatnya membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat di kemudian hari.



Mataram, Juni 2023

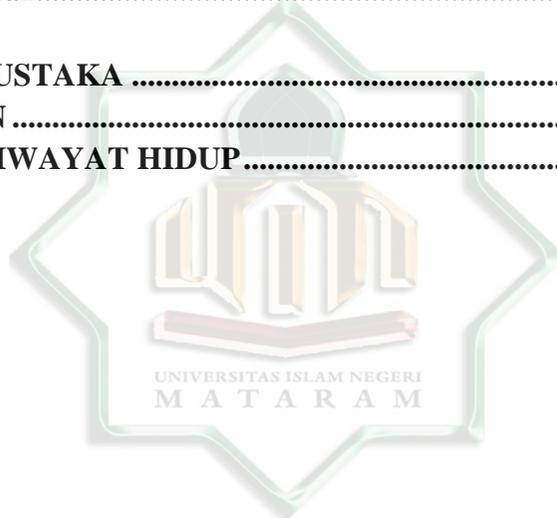
Muh. Rajib Hidayat
190501202

Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN SAMBUTAN	ii
HALAMAN LOGO	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
PERSYARATAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	vii
HALAMAN MOTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat	5
D. Ruang Lingkup dan Setting penelitian.....	6
E. Telaah Pustaka.....	7
F. Kerangka Teori	12
1. Strategi Pengembangan	12
2. Pengembangan Usaha.....	22
3. Perspektif Ekonomi Islam	26
G. Metode Penelitian	27
H. Sistematika Pembahasan	35
BAB II PAPARAN DATA DAN TEMUAN	37
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	37
1. Letak Geografis	42
2. Jumlah Penduduk	43
3. Usaha Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang.....	45

B. Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang	55
BAB III PEMBAHASAN.....	59
A. Analisis Pengembangan Usaha Kelompok Ternak Ayam Petelur di Desa Montong Gamang	59
B. Analisis Pengembangan Usaha Kelompok Ternak Ayam Petelur di Desa Montong Gamang dalam Perspektif Islam	63
BAB IV PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	75



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Data Kelompok Ternak Ayam

Tabel 2.2 Jumlah Penduduk

Tabel 2.3 Mata Pencaharian Masyarakat

Tabel 2.4 Data Informasi Sumber Wawancara



Perpustakaan UIN Mataram

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK AYAM
PETELUR PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Kelompok Ternak Ayam di Desa Montong Gamang
Kecamatan Kopang)**

Oleh:

**Muh. Rajib Hidayat
NIM 190501202**

ABTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengamatan peneliti mengenai usaha ternak ayan petelur di Desa Montong Gamang, dalam menjalankan bisnis selalu ada risiko yang harus dihadapi, untuk bisnis ayam petelur ini sebenarnya memiliki potensi berkembang yang sangat bagus karena telur sudah menjadi konsumsi pokok yang selalu dibutuhkan kalangan rumah tangga maupun industri. Penelitian ini mempunyai rumusan masalah yaitu bagaimana strategi pengembangan usaha ternak ayam petelur di Desa Montong Gamang, penelitian ini dilakukan di Desa Montong Gamang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, sumber data yang digunakan yaitu data primer dan skunder. Teknik pengumpulan datayang digunakan adalah menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah Mengajukan Proposal untuk mendapatkan tambahan modal usaha dengan mengirimkan proposal bantuan kepada pemerintah Desa. Memantau harga peternak melakukan observasi pasar dimana para peternak mengetahui harga telur yang dijual oleh pedagang pengecer kepada konsumen. Promosi adalah dengan cara memasang papan iklan.

Kunci Kunci: Strategi, Pengembangan, Usaha

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peternakan adalah suatu kegiatan usaha untuk meningkatkan biotik berupa hewan ternak dengan cara meningkatkan produksi ternak yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Bahan pangan adalah kebutuhan mutlak umat manusia untuk bertahan hidup, dan merupakan sektor yang tidak tergantikan dalam perekonomian. Salah satu bahan pangan yang merupakan kebutuhan pokok adalah protein, baik hewani maupun nabati. Bagi sebagian besar rakyat Indonesia, protein hewani yang paling murah dan mudah yang dapat ditemui dipasaran adalah daging dan telur.¹

Peternakan ayam petelur adalah peternakan ayam betina yang dipelihara dengan produksi utamanya untuk menghasilkan telur, sedangkan produksi lainnya adalah untuk memanfaatkan dagingnya setelah ayam tersebut sudah tidak produktif atau sudah tidak menghasilkan telur lagi. Ayam adalah unggas yang biasa dipelihara untuk dimanfaatkan (telur, daging) untuk keperluan hidup pemeliharanya. Ayam ras petelur adalah ayam pelihara dengan tujuan

¹Fony Felapu, *Potensi pengembangan peternakan ayam petelur*, Universitas Sam Ratulangi Manado, 2018.

untuk menghasilkan banyak telur dan merupakan produksi akhir ayam ras dan tidak boleh disilangkan kembali.¹

Khusus Desa Montong Gamang yang dijadikan objek penelitian Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam petelur, ada 3 (tiga) peternak yang masih konsisten sampai saat ini yang berlokasi di Dusun Montong Gamang I sebanyak 2 orang dan Dusun Embung Karung sebanyak 1 orang. Dalam menjalankan bisnis selalu ada risiko yang harus dihadapi, untuk bisnis ayam petelur ini sebenarnya memiliki potensi berkembang yang sangat bagus karena telur sudah menjadi konsumsi pokok yang selalu dibutuhkan kalangan rumah tangga maupun industri. Meskipun demikian, bisnis ini juga rentan mengalami kegagalan karena beberapa hal kecil yang dapat menimbulkan masalah yang serius. Jika anda bisa mengatasi masalah tersebut, bisnis ayam petelur yang anda jalani bisa berjalan kembali. Namun, jika tidak bisa mengatasinya, kemungkinan anda tidak bisa melanjutkan bisnis tersebut dan mengalami kerugian.

Ada beberapa masalah yang dihadapi peternak dalam mengembangkan usaha peternakan ayam petelur mereka diantaranya, teknis pengelolaan yang kurang tepat. Sebelum memulai bisnis ayam petelur sebaiknya anda memahami terlebih dahulu bagaimana teknis

²Suryadani dan Santoso, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Petelur*, (Universitas Wijaya Putra Surabaya, 2019)

³Observasi Awal (1 Maret 2023)

pengelolaannya, mulai dari persiapan kandang, jenis makanan yang dipakai, vitamin yang digunakan, waktu vaksin yang tepat harus anda ketahui. Jika salah dalam pengelolaan ini, ayam yang anda pelihara bisa mengalami stres dan menyebabkan kematian atau gagal panen. Kandang yang tidak bersih juga akan menyebabkan penyakit bagi ayam. Bisnis ayam petelur sudah mulai banyak memiliki competitor, karena banyak pengusaha yang menjalankan bisnis ini, akhirnya menyebabkan hasil produksi selalu diatas permintaan, sehingga harga telur sering mengalami penurunan. Perlu diketahui bahwa keuntungan dari bisnis ternak ayam petelur tergolong minim yaitu sekitar 30% dari hasil produksi. Untuk mengatasi masalah ini, anda memerlukan strategi pemasaran yang tepat agar telur yang dihasilkan bisa selalu habis. Jika terlalu lama menimbun hasil telur ayam, maka kualitas telur akan menurun dan membuat pelanggan berpikir ulang untuk membelinya sehingga telur menjadi busuk dan anda mengalami kerugian. Bagi pembisnis ayam petelur, ketidakstabilan harga ini menjadi salah satu faktor serius yang harus diatasi, harga jual telur ayam bisa berubah sewaktu-waktu tergantung dari permintaan pasar. Harga bisa melambung tinggi ketika hari-hari besar, liburan panjang, dan saat musim hajatan tiba. Namun ketika hari biasa, daya beli masyarakat cenderung berkurang karena jenuh dan menyebabkan harga

kembali menurun seperti semula. Pada saat seperti ini, hal yang bisa anda lakukan untuk menghabiskan stok adalah dengan menurunkan harganya. Faktor lain yang dapat menyebabkan kegagalan dalam suatu bisnis adalah masalah manajemen perusahaan. Manajemen yang tidak jelas akan mempercepat gagalnya suatu bisnis. Kegagalan tersebut bisa terjadi karena masalah pembagian tugas yang tidak jelas sehingga satu orang memegang banyak peranan dalam bisnis. Jika hal ini diantisipasi dengan baik, maka kedepannya jika ada kesalahan yang terjadi, anda akan kesulitan menemukan solusinya. Selain manajemen dalam pembagian tugas, manajemen pengelolaan keuangan pun juga berpengaruh terhadap perkembangan bisnis, jika keuangan bisnis tidak dikelola dengan baik maka, akan terjadi kebingungan dalam pengelolaan dan rawan penyelewengan.²

Dengan adanya permasalahan seperti ini maka peternak harus memikirkan bagaimana strategi pengembangan usaha mereka kedepannya. Hal inilah yang menjadi halangan bagi peternak ayam petelur dalam pengembangan usaha mereka yang merupakan masalah yang cukup serius.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik dan perlu mengkaji lebih lanjut mengenai strategi pengembangan usaha ternak

²Observasi Awal (1 Maret 2023)

ayam petelur di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang tentang
**‘Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Petelur Perspektif
Ekonomi Islam’**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang diteliti adalah:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh peternak ayam petelur?
2. Bagaimana perspektif Islam yang dilakukan dalam strategi pengembangan usaha ternak ayam petelur?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin di capai peneliti dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha ternak ayam petelur.
- b. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha ternak ayam petelur dalam perspektif Islam

2. Manfaat

Manfaat penelitian ini dapat ditinjau dari 2 aspek, yaitu:

a. Manfaat secara teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang ekonomi islam sektor mal.

b. Manfaat secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan nantinya diharapkan mampu memberikan wawasan terutama bagi para penentu kebijakan dalam pengambil kebijakan tentang peningkatan ekonomi rakyat melalui pengembangan usaha ternak ayam petelur Di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang dengan mengedepankan nilai keislaman.

D. Ruang Lingkup Dan Setting Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menghindari pembahasan yang keluar dari fokus penelitian maka cakupan dan batasan dalam penelitian ini agar tidak terlalu meluas dan terarah maka ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan dititik beratkan pada Bagaimana Prospek Pengembangan Usaha Ternak Ayam Petelur di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang.

2. Setting Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang. Subyek penelitian adalah para pengelola usaha ternak ayam petelur yang ada pada kelompok ternak tersebut.

E. Telaah Pustaka

Berdasarkan pengamatan dan informasi yang diketahui peneliti, adapun perbedaan penelitian yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis diantaranya sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh I Dewa Gede Bagus Eka Priyatna yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Pedaging (Broiler) Anata Guna di Desa Sidan Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar” tahun 2016. Dalam penelitiannya, Penelitifokus untuk mengetahui kondisi internal, kondisi eksternal usaha peternakan ayam pedaging dan strategi yang harus ditentukan oleh pengusaha berdasarkan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi lingkungan internal berupa kekuatan yaitu produk yang berkualitas tinggi, harga yang terjangkau, menggunakan jalur distribusi langsung, promosi yang optimal, kepuasan kerja karyawan yang tinggi,

kondisi kerja yang kondusif dan kelemahan dari usaha ini adalah produk yang dihasilkan adalah kurang bervariasi, harga berbeda, tidak memiliki cabang usaha, tidak membuat laporan keuangan, masih lemahnya pendelegasian tugas.

Kondisi eksternal mengenai peluang mampu meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, kerjasama dengan usaha sejenis, mendapat dukungan dari masyarakat, kemampuan memanfaatkan teknologi yang baik yang menjadi ancaman yaitu kebijakan ekonomi, adanya pesaing, keterlambatan kegiatan usaha karena acara keagamaan. Strategi yang harus ditentukan oleh bisnis ini adalah Strategi Integrasi Horizontal, Diversifikasi Konsentris, dan Joint Venture.³

Penelitian yang dilakukan oleh Agung Dwi Cahyo dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Ras Petelur Di Kabupaten Kediri”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan agribisnis layeryang tepat dengan mengetahui profil peternak secara langsung dan menganalisis faktor SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah dalam metode investigasinya. Metode pengumpulan yang digunakan

³I Gede Bagus Eka Priyatna, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Pedaging Broiler Anata Guna di Desa Sidan Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar*, (Tahun 2016)

adalah pengumpulan sejumlah besar variabel yang berkaitan dengan jumlah orang yang banyak, pengguna alat ukur wawancara, dan beberapa masalah berupa kuesioner. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu secara random terhadap 15 peternak ayam ras petelur pada tiga desa tempat penelitian yang memiliki populasi ayam ras petelur sebanyak 500-10.000. Analisis data yang digunakan adalah menganalisis IFAS dan EFAS yang ditentukan dari nilai masing- masing faktor yakni kekuatan 1,492, kelemahan 1, 525. Hasil dari penelitian ini adalah Lokasi Kabupaten Kediri yang relevan menjadikannya tempat yang baik untuk berkembang biak ayam petelur. Analisis data yang diambil dari data variabel yang dikumpulkan dalam wawancara dan kuesioner dan menggunakan analisis SWOT untuk menentukan strategi yang tepat untuk pengembangan peternakan.⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Kartini Bt. Lapani (2014) dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur UD. Putra Tamago Di Kecamatan Palu Selatan Kota Palu”. Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk melihat strategi pertumbuhan usaha ayam ras petelur pada UD. Tamago. Metodologi

Perpustakaan UIN Mataram

⁴Agung Dwi Cahyo, *Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Ras Petelur Di Kabupaten Kediri*, (Magister Agribisnis 19, No.2 Juli, 2019)

penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara dengan pimpinan US. Putra Tamago menggunakan kuesioner untuk para atasan, konsumen dan karyawan di bidang peternakan. Adapun metode dalam pengumpulan data yakni melalui data primer yang didapatkan melalui observasi, dan data sekunder melalui wawancara langsung dengan pengurus UD. Putra Tamago, kolaborator, konsumen, dan staf departemen peternakan menggunakan kuesioner untuk memperoleh data sekunder dari literatur dan berbagai entitas yang relevan. Data kemudian dianalisis dengan analisis SWOT. Hasil penelitian ini, matriks IFE, menunjukkan bahwa gilingan dapat memberi makan sendiri, mengefisienkan biaya produksi. Secara general, dari total nilai 3,44 mengidentifikasi bahwa UD. Putra Tamago memiliki kekuatan internal yang lebih besar dari rata-rata (2,5) berdasarkan nilai totalnya. UD. Putra Tamago memiliki posisi internal yang baik, karena ia mampu memanfaatkan kekuatannya untuk mengurangi kekurangannya.⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Herdianto Kurniawan dkk yang berjudul “Strategi Ayam Ras Petelur Di Kota Samarinda Kalimantan Timur”. Dalam penelitiannya fokus mengidentifikasi dan menganalisis

⁵Kartini Bt. Lapani, *Strategi Pengembangan Usaha Peterernakan Ayam Ras Petelur UD Putra Tamago Di Kecamatan Palu Selatan Kota Palu*. e-j.(Agrotekbis 2, No.1 Februari, 2014):97 <https://media.neliti.com/media/publications/244549-strategi-pengembangan-usaha-peterernakan-a-0b297c72.pdf>

kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi kota Samarinda dalam pemenuhan kebutuhan telur ayam ras serta merumuskan strategi yang terbaik dan sesuai untuk wilayah tersebut dalam menghadapi kelangkaan pasokan telur ayam ras. Metode pengumpulan data menggunakan angket, wawancara, observasi dan studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kota Samarinda memiliki nilai identifikasi faktor internal sebesar 0,3922, sedangkan nilai identifikasi faktor eksternal sebesar 0,0308. Strategi dalam pengembangan ayam petelur di kota Samarinda dilakukan dengan strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*) pada kuadran I dengan kekuatan lebih besar dari pada peluang, sehingga daerah dapat memanfaatkan kekuatan tersebut dengan memanfaatkan keunggulan dari peluang yang ada.⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Suf Ajizah yang berjudul “Analisis Usaha Dan Strategi Pengembangan Ternak Ayam Ras Petelur Di Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu”. Dalam penelitiannya bertujuan untuk mengetahui kelayakan, sensitivitas, dan posisi strategis usaha ayam petelur, menunjukkan bahwa usaha ayam petelur skala besar, menengah, dan kecil layak dan menguntungkan untuk

⁶Herdinto Kurniawan, dkk. *Strategi Pengembangan Ayam Ras Petelur Di Samarinda Kalimantan Timur*, Jurnal Peternakan, Vol.35(1):57-63, Februari hlm 1-7

dikembangkan dan sensitif terhadap kenaikan biaya pakan, kenaikan biaya vaksin, dan penurunan harga jual telur.⁷

F. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan identifikasi terhadap teori-teori yang digunakan dalam suatu penelitian sebagai landasan berfikir untuk melaksanakan suatu penelitian atau mendeskripsikan kerangka referensi atau teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan. Adapun teori-teori yang dibutuhkan dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Petelur Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang).

1. Strategi Pengembangan

a. Pengertian Strategi Pengembangan

Strategi berasal dari kata Yunani yaitu “strategos” dengan akar kata “stratos” berarti militer dan “ag” berarti pemimpin. Pada awalnya strategi diartikan generalship yaitu sesuatu yang dihasilkan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan menenangkan. Tidaklah

⁷Suf Azizah, *Analisis Usaha Dan Strategi Pengembangan Ternak Ayam Ras Petelur Di Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu*, Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Lampung, (2017)

mengherankan jika pada awalnya strategi- strategi selalu dikaitkan dengan siasat yang disusun untuk menghadapi perang pemasaran dan menenangkan peraturan.

Menurut Glueck dalam Ismail Solihin strategi merupakan suatu rencana yang terpadu, komprehensif dan terintegrasi yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan-tujuan pokok perusahaan dapat dicapai.⁸

Strategi adalah kerangka yang membimbing dan mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat dan arah suatu organisasi perusahaan. Pendapat lain yaitu Hill dalam Akdon strategi merupakan suatu cara yang menekankan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan manufaktur dan pemasaran. Semuanya bertujuan untuk mengembang kan produktivitas perusahaan.⁹

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan suatu bentuk perencanaan yang disusun untuk mencapai tujuan-tujuan dalam suatu kegiatan.

⁸Ismail Solihin, *Manajemen Statetik*, (Bandung: Erlangga, 2012), hlm 25.

⁹Akdon, *Strategic Management For Educational Management*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 4

Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Adapun konsep-konsep strategi tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Menurut Day dan Wensley dalam Freddy Rangkuti, identifikasi distinctive competence dalam suatu organisasi meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya. Dua faktor tersebut menyebabkan perusahaan ini dapat lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keahlian sumber daya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing.
- 2) *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar.¹⁰

¹⁰*Ibid*,
Ibid, hlm, 4.

Ada tiga strategi yang digunakan untuk memperoleh keunggulan dalam bersaing yaitu cost leadership, diferensiasi dan fokus.

a) Keunggulan Biaya Menyeluruh (*Cost Leadership*)

Pencapaian biaya keseluruhan yang rendah seringkali menuntut bagian pasar relative yang tinggi atau kelebihan yang lain, seperti akses yang menguntungkan kepada bahan baku. Selain itu juga perlu untuk merancang produk agar mudah didapat, menjual banyak produk yang mudah dibuat, menjual banyak produk yang berkaitan untuk menebarkan biaya, serta melayani kelompok pelanggan yang berguna membangun volume. Penerapan strategi biaya rendah mungkin memerlukan investasi modal pendahuluan yang besar untuk peralatan modern, penetapan harga yang agresif dan kerugian awal untuk membina bagian pasar yang tinggi pada akhirnya dapat memungkinkan skala ekonomis dalam pembelian yang akan semakin menekan biaya.

b) Diferensiasi

Diferensiasi merupakan strategi yang baik untuk menghasilkan laba di atas rata-rata dalam suatu industri karena strategi ini menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kekuatan pesaing. Meskipun dengan cara yang berbeda dari strategi keunggulan biaya. Diferensiasi memberikan penyekat pada pesaing karena adanya loyalitas dan merk pelanggan dan mengakibatkan berkurangnya kepekaan terhadap harga. Diferensiasi juga meningkatkan margin laba yang menghindarkan kebutuhan akan posisi biaya rendah.

c) Fokus

Strategi biaya rendah akan di diferensiasi ditunjukkan untuk mencapai sasaran di keseluruhan industri, maka strategi fokus dibangun untuk melayani target secara baik. Strategi ini didasarkan pada pemikiran dengan perusahaan dengan demikian akan mampu melayani target strateginya yang sempit secara

lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing yang bersaing lebih luas.¹¹

Konsep strategi merupakan sebuah konsep yang perlu dipahami dan diterapkan oleh setiap entrepreneur maupun setiap manajer, dalam segala macam bidang usaha. Sebuah strategi merupakan pola atau rencana, yang mengintegrasikan tujuan-tujuan pokok sesuatu organisasi, kebijakan-kebijakan dan tahapan-tahapan kegiatan ke dalam suatu keseluruhan yang bersifat kohesif.¹²

b. Tipe-tipe Strategi

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu, strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis.¹³

1) Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi

¹¹Irpah Rambe, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi*, (Skripsi, FEBI UIN Sumatera Utara, 2018)

¹²J. Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 106-110

¹³Freddy Rangkuti, *Analisis...*, hlm, 6

penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan p
asar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

2) Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi investasi, dan sebagainya.

3) Strategi Bisnis

Strategi ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsifungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi- strategi yang berhubungan dengan keuangan.¹⁴

Formulasi strategis atau yang biasa disebut dengan perencanaan strategis merupakan proses penyusunan perencanaan jangka panjang. Strategi terdapat pada berbagai tingkatan dalam sebuah organisasi. Tingkatan strategi dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:¹⁵

¹⁴*Ibid.*, hlm. 6-10

¹⁵*Ibid.*, hlm. 11

a. Strategi Korporat (*Corporate Strategy*)

Strategi korporat adalah strategi yang disusun dalam suatu bisnis, dimana perusahaan akan bersaing dengan cara mengubah distinctive competence menjadi competitive advantage. Strategi pada korporat ini merupakan landasan dan acuan untuk penyusunan strategi-strategi ditingkat yang lebih rendah (strategi unit bisnis dan strategi fungsional). Dengan demikian, strategi yang telah disusun di ketiga tingkatan strategi (korporat, unit bisnis, dan fungsional) merupakan satu kesatuan strategi yang saling mendukung dan terkait untuk menciptakan sinergi bagi performansi perusahaan.

b. Strategi Unit Bisnis

Perusahaan yang menghasilkan berbagai jenis produk, akan bersaing di berbagai tingkatan bisnis atau pasar. Adapun karakteristik strategi di tingkat unit bisnis adalah memiliki misi dan strategi, menghasilkan produk atau jasa yang berkaitan dengan misi dan strategi, menghasilkan produk atau jasa secara spesifik, bersaing dengan pesaing yang telah diketahui dengan jelas.

c. Strategi Fungsional

Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung pada kegiatan fungsional manajemen. Jika ditingkat perusahaan telah menetapkan suatu strategi untuk membuat unit kegiatan baru di tingkat unit bisnis, misalnya unit pembelian, strategi fungsional yang disusun mengacu pada semua kegiatan pembelian, seperti membuat strategi penetapan harga standar berdasarkan persentase margin keuntungan tertentu untuk masing-masing jenis barang yang dibeli. Strategi pengendalian kualitas barang yang dibeli juga dapat dilakukan atau bahkan diserahkan kepada pemasok yang sudah diseleksi secara ketat.¹⁶

c. Perumusan Strategi

Perumusan strategi dilakukan secara baik dan memperhatikan berbagai macam factor, baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Secara lebih rinci tahap-tahap perumusan manajemen strategi adalah:

¹⁶*Ibid.*, hlm. 11-14

1. Pengembangan Misi Bisnis

Misi bisnis berkaitan dengan gambaran perusahaan yang bergerak dalam sebuah bidang dengan tujuan tertentu. Misi tersebut harus dikembangkan terlebih dahulu sebelum merumuskan strategi. Misi bisnis perusahaan merupakan dasar dari perumusan strategi itu sendiri.

2. Mengidentifikasi peluang dan juga ancaman lingkungan eksternal perusahaan.

Setelah mengembangkan misi bisnis selanjutnya mengidentifikasi lingkungan luar perusahaan. Lingkungan luar perusahaan akan mendatangkan peluang dan ancaman. Perumusan strategi harus merinci peluang dan ancaman yang ada dan mungkin terjadi disekitar perusahaan.

3. Mengidentifikasi kekuatan dan juga kelemahan lingkungan internal perusahaan.

Selain faktor eksternal, perumusan strategi jugamemerlukan data tentang lingkungan internal perusahaan. Lingkungan internal perusahaan sebagai kelemahannya. Jika perumusan strategi dapat mengidentifikasi dengan baik maka akan terjadi salah satu dasar strategi yang akan diterapkan. Strategi tersebut nantinya akan membuat kekuatan perusahaan

akan menjadi lebih optimal dan kelemahan perusahaan juga akan dikelola dengan baik.

4. Menetapkan Tujuan Jangka Panjang

5. Menentukan Alternatif Strategi

Alternatif strategi diperlukan untuk mendapatkan pilihan strategi yang banyak dan bias dipilih. Setiap strategi tentunya memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing.

6. Memilih Strategi Untuk dilaksanakan

Tahap terakhir dalam perumusan strategi adalah memilih strategi yang terbaik yang bias diterapkan dalam perusahaan. Pembuat strategi tentu memiliki alasan tersendiri dalam memilih strategi yang cocok bagi perusahaan. Pilihan tersebut tentunya telah melalui proses sebelumnya dengan memperhatikan berbagai macam faktor.¹⁷

2. Pengembangan Usaha

a. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan. Pendidikan meningkatkan keahlian teoritis, konseptual, dan moral karyawan,

¹⁷Senja Nilasari, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Dunia Cerdas, 2014), hlm. 14-15

sedangkan latihan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis pelaksanaan pekerjaan karyawan.¹⁸ Pengembangan merupakan proses atau usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan agar lebih sempurna dan lebih baik dari sebelumnya.

1. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen.

Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan

¹⁸Abdul Majid, *Perencanaan Pembelajaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 24

kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternative untuk organisasi dan memilih strategi tertentu untuk dapat digunakan.¹⁹

2. Tahap Pengembangan Usaha

Tahap pengembangan usaha adalah tahap akhir dari tahapan wirausaha. Tahap pengembangan usaha biasanya dilakukan setelah memperoleh hasil yang positif pada tahap mempertahankan bisnis, dalam artian usaha atau bisnis yang dilakukan tidak menemui kendala ketika melalui tahap mempertahankan bisnis. Dalam melakukan pengembangan usaha, seorang pengusaha dapat memilih dua macam pengembangan, yaitu:

a. Pengembangan Usaha Vertikal

Pengembangan usaha vertikal adalah pengembangan usaha dengan memperbanyak jenis produk sejenis yang dihasilkan tanpa memproduksi produk-produk lainnya.

Perpustakaan UIN Mataram

¹⁹Muhammad Afridal, *Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen*, (Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Almuslim, 2017), hlm. 224

b. Pengembangan Usaha Horizontal

Pengembangan usaha horizontal adalah pengembangan dengan memproduksi barang atau jasa yang benar-benar berbeda dari bisnis sebelumnya.

3. Unsur Pengembangan Usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam pengembangan usaha ada dua unsur yaitu:

a. Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal)

- 1). Adanya niat dari pengusaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.
- 2). Mengetahui teknik produksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, metode apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang atau produk dan lain-lain.
- 3). Membuat sebuah anggaran yang bertujuan untuk mengetahui berapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.

b. Unsur Yang Berasal Dari Luar

- 1). Mengikuti perkembangan informasi dari luar bisnis.
- 2). Mengetahui kondisi lingkungan yang baik atau kondusif untuk usaha.

- 3). Harga dan kualitas adalah unsur strategi yang paling umum ditemui.
- 4). Cakupan lini produk

3. Perspektif Ekonomi Islam

a. Etika Berbisnis Dalam Islam

Etika adalah komponen pendukung para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika disebut juga sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (good conduct) yang harus dipatuhi dan dijalankan. Adapun bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilaksanakan oleh seseorang atau kelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Orang yang berusaha menggunakan waktunya dengan menanggung risiko dalam menjalankan kegiatan bisnis biasa disebut entrepreneur, sedangkan Islam adalah agama yang diturunkan oleh Allah. Untuk mengatur hubungan manusia dengan Allah, dengan dirinya, dan dengan sesamanya.

b. Definisi Tentang Ekonomi Islam

Definisi ekonomi Islam sangat banyak dirumuskan oleh para ahli, dan penjelasan lebih menyeluruh tentang definisi ekonomi Islam tergambar dalam rancang bangun ekonomi Islam. Akan tetapi, secara umum ekonomi Islam dapat didefinisikan sebagai perilaku individu muslim dalam setiap

aktivitas ekonomi syariahnya yang harus sesuai dengan tuntutan syariat Islam, agar dapat mewujudkan dan menjaga maqashid syariah (agama, jiwa, akal, nasab, dan harta). Tujuan yang ingin dicapai dalam suatu sistem ekonomi Islam haruslah berdasarkan konsep dasar dalam Islam, yaitu tauhid dan berdasarkan rujukan pada al-Qur'an dan Sunnah. Teori, sistem dan kegiatan ekonomi umat Islam merupakan tiga pilar yang harus membentuk sebuah sinergi. Sebagai ilmu, ekonomi Islam memberikan makna bahwa dalam ekonomi Islam harus selalu dilakukan pengembangan keilmuan agar ditemukan formulasi ekonomi Islam yang benar-benar sesuai dengan prinsip umat Islam. Harus mampu dibedakan antara ekonomi Islam sebagai ilmu dan Islam sebagai suatu keyakinan. Islam merupakan keyakinan yang kebenarannya di dalamnya bersifat mutlak, sedangkan ekonomi Islam sebagai ilmu memberikan kebenaran yang masih bersifat relatif. Hal ini memberikan makna bahwa sebagai ilmu, ekonomi Islam harus selalu berkembang dan menyajikan ilmu yang benar-benar sesuai dengan prinsip syariat Islam.²

Perpustakaan UIN Mataram

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode dan jenis penelitian yang di gunakan padapenelitian ini yaitu analisa deskriptif kualitatif, dimana pendekatan kualitatif ialah pendekatan penelitian dengan menghasilkan temuan- temuan yang tidak bisa didapatkan dengan menggunakan prosedur statistic

²*Etika Berbisnis Dalam Islam*. 2020

atau pengukuran (kuantifikasi). Pada penelitian ini berguna untuk penelitian yang berkaitan tentang kehidupan masyarakat.²⁰Masalah-masalah dalam masyarakat dipelajari dalam penelitian deskriptif dimana penelitian ini mencakup uraian sistematis tentang teori dan hasil yang relevan dengan melakukan cara mendeskripsikan data yang sudah diperoleh.²¹

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Ditetapkannya lokasi penelitian maka objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti memilih di Kelompok Usaha Ternak Ayam Petelur di Dusun Montong Gamang 1 Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang.

²⁰Anselm Strauss dan Julier Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif Prosedur Teknik dan Teori*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1998), hlm. 11

²¹Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : ALFABET, 2010), hlm. 89

3. Kehadiran Penelitian

Sesuai dengan tujuan peneliti untuk memperoleh data pada saat penelitian dilapangan kehadiran peneliti mutlak diperlukan. Dikarenakan peneliti merupakan pengumpul data utama. Jadi peneliti juga berperan pada penelitian dan berperan aktif dalam kegiatan yang dilakukan dilapangan.²² Kehadiran peneliti juga sebagai pengamat kegiatan dengan tujuan untuk melakukan kegiatan pengamatan secara langsung ditempat yang diteliti. Kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara untuk mengumpulkan data-data yang akan digunakan pada penelitian.

4. Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan data kualitatif. Data kualitatif ialah data-data yang disajikan dalam bentuk kata variabel bukan dalam bentuk angka yang termasuk dalam data kualitatif pada penelitian ini yaitu gambaran-gambaran umum obyek penelitian.²³ Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari subyek penelitian dimana data diperoleh. Sumber data utama dari penelitian kualitatif ini kata-kata, tindakan, dan data tambahan

²²Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 9

²³Neong Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rakestasin, 1996), hlm. 15

yang berupa dokumen. Penelitian ini menggunakan 2 macam sumber data, sebagai berikut:

a. Data Primer

Yaitu data yang pengumpulan dan pengolahannya dilakukan sendiri oleh seseorang atau organisasi.²⁴ Data primer ini dikumpulkan secara khusus, peneliti mengambil sumber data primer dengan wawancara secara langsung. Dengan ini peneliti berhubungan langsung dengan permasalahan-permasalahan yang diteliti. Maka dari itu peneliti mengambil data langsung melalui wawancara dengan Kelompok Usaha Ternak Ayam Petelur yang ada di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang.

b. Data Skunder

Adalah sumber data yang sudah terkumpul secara tidak langsung, kemudian diolah dan disajikan oleh pihak lain. Data skunder ini merupakan data yang mencakup dokumen resmi, buku-buku, serta hasil penelitian yang berwujud laporan atau lainnya.²⁵

²⁴Ali Maulidi, *Teknik Memahami Statistik I* (Jakarta: Alim'am Publishing, 2013), hlm. 7

²⁵Amirudin, Zaenal Asikin, *Pengantar Metode Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 45

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini menggunakan 3 macam metode sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati serta mencatat secara sistematis pada penelitian. Observasi digunakan sebagai suatu alat dalam mengumpulkan data untuk mengetahui atau mengukur tingkah laku serta proses yang terjadi pada sesuatu kegiatan yang diamati.²⁶ Dalam mengumpulkan data dengan metode observasi dilakukan secara langsung di lapangan. Data yang didapat meliputi gambaran tentang sikap, kelakuan atau perilaku, tindakan serta interaksi dari antar manusia. Metode observasi ini diawali dengan cara mengidentifikasi tempat penelitian, lalu mengidentifikasi sasaran yang akan diteliti.²⁷ Penelitian ini menggunakan metode observasi ditempat penelitian langsung yaitu di Kelompok Ternak Ayam Ayam Petelur yang berlokasi di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang. Observasi yang digunakan peneliti dilakukan secara spontan dengan mengamati kegiatan yang berada di lokasi

²⁶Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 84

²⁷Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2010), hlm. 112

penelitian, seperti interaksi dengan mitranya, bagaimana proses produksi dan lain sebagainya.³

b. Metode Wawancara

Dilakukannya wawancara guna mendapatkan informasi untuk melengkapi data yang tidak diperoleh dari metode observasi. Dengan metode wawancara ini, peneliti mendapatkan pengalaman yang diperoleh dari partisipan. Kegiatan ini dilakukan oleh dua orang atau lebih antara narasumber dan pewawancara dengan cara memberikan pernyataan kemudian dijawab dengan sebenarnya. Metode wawancara ini diperlukan guna mendapatkan data-data yang terkait dengan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Petelur Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kelompok Usaha Ternak Ayam Petelur Di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang). Wawancara yang dilakukan berguna untuk memperkuat data- data yang diperoleh dari observasi yang dilakukan sebelumnya.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data untuk mencari informasi dari sumber-sumber yang berkaitan dengan masalah penelitian. Data didapat dari catatan-catatan, buku, jurnal,

³Suharsimi Arikanto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta; Rineka Cipta, 2006) hlm. 270

dokumen-dokumen, arsip dan lain sebagainya yang diperlukan oleh peneliti.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah data-data yang diperlukan terkumpul. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan objek penelitian yang sesuai dengan data-data yang diperoleh di lapangan. Terdapat beberapa langkah dalam analisis data yang secara rinci. Langkah analisis data ini yang disarankan Mile dan Huberman, sebagai berikut:⁴

a. Reduksi Data

Dalam analisis data reduksi data ini mempunyai tujuan untuk memudahkan peneliti untuk memahami data yang telah diperoleh. Data yang didapatkan peneliti dari pengumpulan data direduksi dengan cara merangkum dan memilih hal-hal pokok apa saja yang diperlukan kemudian mengklasifikasinya dengan fokus pada masalah penelitian ini.

b. Penyajian Data

Dalam menyajikan data peneliti menyajikan data dengan cara singkat dan jelas yang bertujuan untuk mendapatkan kesimpulan sehingga peneliti mudah memahami masalah-masalah yang sedang diteliti.

⁴Mile dan Huberman, *Metode Penelitian Kualitatif*, 2019

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan didasarkan pada data-data yang diperoleh. Penarikan kesimpulan ini dilakukan pada saat analisis data yang telah dianalisis.

7. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data bertujuan untuk membuktikan apakah data yang digunakan benar-benar real atau tidak dengan memadukan landasan penelitian. Data di uji kebenarannya dengan enam cara. Untuk menguji keabsahan data penelitian ini, peneliti menggunakan empat teknis diatas yakni, sebagai berikut:

a. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara teliti, cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data yang dihasilkan dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.

b. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pengecekan keabsahan data dari berbagai sumber dengan cara membandingkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan data atau hasil observasi yang dilakukan dilapangan. Dengan demikian ada beberapa jenis triangulasi yakni, triangulasi sumber, triangulasi teknik

pengumpulan data, dan waktu, sehingga pengertiannya dapat peneliti paparkan seperti di bawah ini:⁵

1). Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa responden.

2). Triangulasi Teknik

Triangulasi Teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner.

3). Triangulasi waktu

Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih dalam keadaan segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga kredibel.

c. Menggunakan Referensi

Yang dimaksud dengan bahan referensi disini adalah adanya pendukung untuk menentukan data yang telah ditemukan pada saat meneliti. Contohnya: data hasil wawancara perlu

⁵Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta; Teras Rumah, 2020). Hlm

didukung dengan adanya rekaman wawancara, data tentang interaksi manusia atau gambaran suatu keadaan perlu didukung oleh dokumentasi atau foto-foto.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk menguraikan penelitian ini secara runtut dan memperoleh pembahasan yang jelas, maka pembahasan diatur sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan setting penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II PAPARAN DATA DAN TEMUAN

Bab ini menguraikan seluruh data dan temuan penelitian tanpa menjelaskan fakta terlebih dahulu.

BAB III PEMBAHASAN

Bab ini mengungkapkan proses analisis terhadap temuan penelitian sebagaimana dipaparkan di Bab II berdasarkan pada perspektif penelitian atau kerangka teoritik sebagaimana diungkap di bagian pendahuluan.

BAB IV PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dihasil penelitian dan saran rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB II

PAPARAN DATA DAN TEMUAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Secara historis berdirinya Desa Montong Gamang tidak dapat diketahui secara pasti. Namun menurut penuturan dan informasi dari orang tua setempat serta didukung oleh dokumentasi berupa buku terebentuknya Desa Montong Gamang yang disusun H. Ridwan mantan kepala Desa Tahun 1984. Desa Montong Gamang termasuk Desa yang cukup tua. Keberadaannya sendiri sudah ada sejak kerajaan Bali berkuasa di Lombok dan tentunya sebelum kemerdekaan Republik Indonesia. Pada saat Belanda berkuasa, Desa Montong Gamang bernama Desa Kopang Timur yang pusat pemerintahannya di Dusun Montong Gamang dengan wilayah yang cukup luas membentang dari ujung utara Dusun Bingkok sampai dengan perbatasan Desa Beleka (Desa Sabe) saat ini.²⁸

Secara administrasi Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang terbagi dalam 17 Dusun, dengan luas wilayah ±654.274 hektar. Membentang dari arah utara dari Dusun Bingkok dan membujur ke selatan sampai ke Dusun Dasan Tinggi. Sejak tahun 2013 Desa Montong Gamang yang semula hanya 11 Dusun mekar menjadi 17 Dusun. Pemekaran Dusun tersebut dikarenakan padatnya jumlah

²⁸Buku Profil Desa Montong Gamang Tahun 2019

penduduk. Semua Dusun yang ada di Montong Gamang mempunyai potensi yang cukup baik serta keunggulan dari ciri khas masing-masing baik dari segi mata pencaharian penduduk, sosial kemasyarakatan, dialek, dan perbedaan-perbedaan unik yang lain.

Secara garis besar penduduk Desa Montong Gamang mempunyai beberapa keunggulan yang tidak ditemukan di Desa lain salah satunya yaitu peternakan ayam petelur.

Mulanya usaha ternak ayam ini memanfaatkan pekarangan rumah sebagai tempat penempatan kandang, sehingga menyebabkan bau menyengat. Akhirnya usaha ternak ini berpindah ke halaman kosong yang letaknya jauh dari pemukiman warga agar masyarakat tidak merasa terganggu.

Kelompok Ternak ayam Desa Montong Gamang ini berdiri pada tahun 2013 yang terdiri dari 23 jumlah anggota. Namun dari tahun ke tahun banyak anggota peternak yang mengundurkan diri disebabkan karena beberapa faktor. Hingga sekarang jumlah anggota ternak ayam berjumlah 3 anggota, yaitu:²⁹

Perpustakaan UIN Mataram

²⁹Pak Ali, Sekretaris Kelompok Ternak Ayam Petelur, *Wawancara*, Desa Montong Gamang Tanggal 3 Juni 2023

Tabel 2.1

Anggota Kelompok Ternak Ayam Desa Montong Gamang

No	Nama Anggota	Jumlah Ayam	Produksi Telur perhari
1.	Amaq Tutik	650	500 butir
2.	M. Ali S.sos	1000	850 butir
3.	H. Amin Abdullah	1000	800 butir

Sumber: M. Ali S.sos Sekertaris Kelompok Ternak Ayam Petelur,

Wawancara, Desa Montong Gamang, Tanggal 03 Juni 2023

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa Amaq Tutik memiliki 650 ekor ayam dengan produksi telur sebanyak 500 butir per hari. Pak Ali memiliki 1000 ekor ayam dengan produksi telur sebanyak 850 butir per hari. Kemudian Pak Amin memiliki 1000 ekor ayam dengan produksi telur sebanyak 800 butir per hari.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah produksi telur yang ada di Kelompok Ternak Ayam Desa Montong Gamang adalah 2.150 butir per hari dengan jumlah ayam mencapai 2.650

dengan presentase 80% dari jumlah tersebut. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa produksi telur yang ada di Kelompok Ternak Ayam Desa Montong Gamang cukup baik.

Berikut adalah Struktur organisasi Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang:³⁰



³⁰Pak Ali, Sekretaris Kelompok Ternak Ayam Petelur, *Wawancara*, Desa Montong Gamang Tanggal 3 Juni 2023

Gambar 2.1

**Struktur Organisasi Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong
Gamang**



Gambar diatas merupakan struktur organisasi Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang. Pak Haji Amin sebagai ketua dari peternak ayam petelur Desa Montong Gamang dan tugas dari pak Haji Amin disini sebagai pemberi arahan kepada para peternak agar peternakan mereka dapat memberikan hasil yang produktif dan memberikan telur yang berkualitas. Kemudian Pak Ali disini sebagai sekertaris bertugas untuk memberikan arahan juga kepada para anggotanya. Kemudian Amaq tutiq sebagai anggota dari Peternakan ayam petelur.



Perpustakaan UIN Mataram

1. Letak Geografis

Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang Kabupaten Lombok Tengah terletak diujung timur berbatasan langsung dengan Kabupaten Lombok Timur berada di 115 Derajat Lintang Utara 195 Derajat Lintang Selatan dan terletak pada 141 Derajat Bujur Laut dengan ketinggian 372 MDPL, adapun suhu rata-rata 28 s/d 32 Derajat Celcius pada siang hari dan 26-28 Derajat Celcius pada malam hari. Jarak tempuh Kota Kecamatan 2 KM dandari Kota Kabupaten 15 KM dan dari Provinsi 35 KM dengan jenistanah subur yang memiliki tanah solum tanah 0,25 M dengan curahhujan 1866 mm, sehingga memungkinkan pengaturan pola tanam pertanian dan peternakan.

Berikut adalah batasan-batasan wilayah Desa Montong Gamang:³¹

1. Sebelah Utara : Desa Lendang Are
2. Sebelah Timur : Desa Jenggik Kabupaten Lombok Timur
3. Sebelah Selatan : Desa Pendem Kecamatan Janapria
4. Sebelah Barat : Desa Kopang Rembige

³¹*Ibid*, hlm.3

2. Jumlah Penduduk

- a. Berdasarkan jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh bahwa jumlah penduduk Desa Montong Gamang secara keseluruhan berjumlah 11.554 jiwa dengan jumlah 3.270 KK. Laki-laki sebanyak 5.497 jiwa dan perempuan sebanyak 6.057 jiwa. Berikut ini jumlah penduduk Desa Montong Gamang, yaitu:³²

Tabel 2.2
Jumlah Penduduk Desa Montong Gamang

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	5.497 jiwa
2	Perempuan	6.057 jiwa
Jumlah		11.554 jiwa

Sumber: Profil Desa Montong Gamang Tahun 2015

Perpustakaan UIN Mataram

³²Ibid, hlm. 3

b. Berdasarkan Mata Pencaharian

Berikut adalah mata pencaharian masyarakat Desa Montong Gamang:³³

Tabel 2.3
Mata Pencaharian Masyarakat Desa Montong Gamang

No	Mata Pencaharian	Jumlah
1	PNS	98 jiwa
2	Pegawai Swasta	72 jiwa
3	Pengrajin	772 jiwa
4	Pemilik Lahan	914 jiwa
5	Buruh Tani	999 jiwa
6	Petani Tembakau	438 jiwa
7	Ojek	135 jiwa
8	Sopir	40 jiwa
9	Tukang	209 jiwa
10	TNI/POLRI	25 jiwa
11	Pande Besi	306 jiwa
12	Dagang	589 jiwa
13	Peternak	311 jiwa
14	Panci Robek	142 jiwa
15	Dan Lain-lain	

Sumber: Profil Desa Montong Gamang Tahun 2015

³³*Ibid*, hlm. 3

Dari table diatas, diketahui bahwa masyarakat Desa Montong Gamang didominasi oleh buruh tani yaitu sebanyak 999 jiwa yang artinya di Desa Montong Gamang kebanyakan berprofesi sebagai buruh tani. Diketahui pula bahwa yang sebagai pemilik lahan sebanyak 914 jiwa, pengrajin sebanyak 772 jiwa, pedagang 589 jiwa, petani tembakau 438 jiwa, peternak 311 jiwa, pande besi 306 jiwa, tukang 209 jiwa, panic robek 142 jiwa, ojek 135 jiwa, PNS 98 jiwa, pegawai swasta 72 jiwa, sopir 40 jiwa dan TNI/POLRI sebanyak 25 jiwa.

3. Usaha Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang

Peternakan Pak Ali merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang memproduksi telur ayam. Peternakan ini didirikan oleh Pak Ali sejak tahun 2012 dan beliau sekarang berusia 58 tahun. Populasi awal peternakan ini sebanyak 300 ekor, yang dimana Pak Ali tidak membeli bibit melainkan membeli ayam yang sudah mau bertelur, seiring berjalannya waktu dengan proses pembelajaran yang panjang kini memiliki populasi sebanyak 1000 ekor. Peternakan ini memiliki satu orang karyawan, karyawan tersebut berasal dari tetangga sekitar peternakan. Peternakan Pak Ali ini terletak di tengah perkampungan Desa Montong Gamang sehingga memiliki akses yang mudah dijangkau oleh pembeli, saat

awal proses pembangunan peternakan ini pemilik peternakan juga meminta persetujuan dari masyarakat sekitar. Oleh sebab itu peternakan ini harus menjaga kebersihan lingkungan sekitar, pemilik peternak juga menjalin hubungan baik dengan tetangga sekitar dikarenakan masyarakat Desa Montong Gamang menjunjung sikap toleransi antar masyarakat dengan baik.

Pembangunan mula peternakan ayam petelur Pak Ali menggunakan dana pribadi, pemilik peternakan ini merintis usaha ini dibantu oleh pengusaha lain yang berasal dari tetangga desa dan masih memiliki hubungan keluarga dengan Pak Ali. Pemilik peternakan diajari bagaimana mengurus tata kelola kandang dan cara merawat ayam petelur agar nantinya usaha ini bisa berkembang dengan baik dan berkelanjutan. Ayam petelur yang digunakan pada peternakan Pak Ali berasal dari Pak Darmawan dan jenis ayam petelur yang dibeli yaitu Lohman dengan umur ayam petelur 13 minggu. Pakan konsentrat yang digunakan di peternakan ini dipasok dari Pak Darmawan, campuran pakan yang digunakan adalah campuran dari konsentrat klk super 36, jagung giling, dedak lembut, mineral/portevit. Pakan dicampur untuk efisiensi harga dan menyeimbangkan nutrisi pakan ayam petelur agar telur yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik.

Peternakan Pak Ali mendapat pemasukan dari penjualan telur normal, telur abnormal, ayam petelur yang diafkir dan penjualan kotoran ayam petelur. Telur yang dihasilkan setiap harinya dipisah antara telur normal dan abnormal, telur normal peternakan ini umumnya memiliki ciri-ciri berwarna coklat atau coklat tua, berbentuk oval, dan cangkang telur tidak mudah pecah. Telur abnormal peternakan ini umumnya memiliki ciri-ciri berwarna lebih pucat, cangkang telur tidak sempurna (retak, pecah atau bolong) dan memiliki bentuk kurang begitu oval (bulat, lonjong). Telur abnormal tidak semuanya dijual karena hanya pembeli tertentu yang membeli telur abnormal dan jumlah telur abnormal yang dihasilkan setiap hari juga tidak banyak terkadang telur abnormal diberikan kepada tetangga sekitar. Ayam petelur di afkir (dijual) pada umur 2 tahun tetapi di peternakan Pak Ali bisa lebih dari 2 tahun dikarenakan peternakan ini benar-benar menjaga asupan gizi yang diberikan kepada ayam petelur.

Dalam perjalanan usahanya peternakan ini banyak mengalami hambatan dan tantangan. Namun tantangan yang paling berat dihadapi oleh peternakan tersebut adalah persaingan antar perusahaan sejenis. Hal tersebut dikarenakan banyaknya perusahaan peternakan yang bergerak dalam bidang memproduksi

telur ayam petelur yang ada di Desa Montong Gamang. Salah satu yang mendukung perkembangan suatu usaha adalah tersedianya fasilitas-fasilitas dalam suatu perusahaan. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, peternakan ini memiliki beberapa jenis sarana dan prasarana yaitu:

Tabel 2.

Sarana dan Prasarana

No	Jenis	Jumlah (Unit)
1	Lahan Peternakan	200 Meter
2	Kandang Ayam	1
3	Gudang Pakan	1
4	Gudang Telur	1
5	Timbangan	1
6	Selepan Jagung	1
7	Alat Semprot	1

Sumber Data: Pak Ali, Peternak Ayam Petelur

Berdasarkan tabel diatas, peternakan ini memiliki lahan sendiri dengan luas 200 meter. Kandang ayam petelur yang dimiliki berjumlah 1 kandang. Untuk menyimpan stok pakan

peternakan ini memiliki 1 unit gudang pakan dan untuk menyimpan produksi telur juga memiliki 1 unit gudang telur. Peternakan ini juga memiliki 1 unit timbangan dan 1 unit selepan jagung untuk menghaluskan jagung sebelum dicampur ke dalam campuran pakan, selain itu peternakan ini juga memiliki alat semprot berjumlah 1 unit untuk menjaga kebersihan kandang dan kesehatan ayam petelurnya.

a. Pakan

Pakan yang digunakan di peternakan Pak Ali berasal dari Pak Darmawan dengan harga 435.000 ribu, harga pakan tersebut tidak menentu terkadang naik dan turun. Peternakan Pak Ali sudah berlangganan lama pada Pak Darmawan, peternakan ini betah berlangganan pada Pak Darmawan karena sudah mempunyai jadwal pengantaran pakan yang tetap setiap 2 minggu sekali. Peternakan Pak Ali menggunakan jenis pakan yang tetap tidak berubah-ubah dikarenakan sudah mengetahui kualitas pakan yang digunakan dan berdampak baik terhadap kesehatan ayam dan telur yang dihasilkan. Campuran pakan yang digunakan di peternakan ini terdiri dari : konsentrat, jagung giling, dedak halus, mineral/portevit. Berikut proporsi campuran pakan yang digunakan di peternakan Pak Ali:

Tabel 2.

Proporsi Campuran Pakan

No	Bahan Pakan	Proporsi
1	Jagung Giling	50 kg
2	Konsentrat	30 kg
3	Dedak Halus	15 kg
4	Mineral/Portevit	2 kg

Sumber Data: Pak Ali, Peternak Ayam Petelur

Berdasarkan data diatas campuran pakan yang digunakan di peternakan Pak Ali terdiri dari: jagung dengan proporsi 50 kg, konsentrat dengan 30 kg, dedak halus dengan proporsi 15 kg, mineral dengan proporsi 2 kg, Peternakan Pak Ali setiap hari melakukan proses pencampuran pakan untuk memenuhi kebutuhan nutrisi ayam petelur.

b. Vaksin, Vitamin dan Obat-obatan

Peternakan ini menggunakan vaksin dengan cara dicekok dan disuntik dikarenakan obat akan lebih masuk ke tubuh ayam petelur secara maksimal, vaksin dilakukan selama sebulan sekali.

Pemberian vitamin di peternakan ini dilakukan 3 kali dalam seminggu dan menghabiskan biaya perkiraan sekitar 1.250.000 tergantung banyaknya ayam, jadwal pemberian vitamin pada hari senin-rabu sedangkan pada hari kamis-minggu diberi air putih biasa. Proses penyemprotan dilakukan seminggu 2 kali. Sedangkan pemberian obat cacing dilakukan selama 2 bulan sekali.

c. Populasi Ayam Petelur

Jumlah keseluruhan populasi ternak di peternakan ayam petelur Pak Ali sebanyak 1000 ekor. Umur ayam petelur disetiap kandang berbeda-beda. Pada peternakan ini menerapkan sistem setelah ayam petelur diafkir kandang dikosongkan beberapa minggu untuk dibersihkan kotoran ayamnya dan dilakukan servis kandang jika kandang ayamnya mengalami kerusakan diperkirakan biaya untuk merenovasi kandang yaitu 3.000.000.

d. Perkandangan

Kandang yang digunakan pada peternakan ayam petelur Pak Ali menerapkan sistem kandang open house. Bahan pembuat kandang terbuat dari baja ringan dan landasan tiangnya menggunakan lapisan semen sehingga lebih kuat dan kokoh. Luas tanah untuk kandang di peternakan Pak Ali seluas 200 meter. Atap yang digunakan pada peternakan Pak Ali menggunakan penutup berbahan asbes. Kebanyakan atap yang digunakan untuk

peternakan ayam petelur berbahan asbes dikarenakan mampu mengusir udara kotor dan memperlancar udara bersih masuk kedalam kandang. Asbes memiliki bahan yang baik untuk menyaring panas sinar matahari. Tempat pakan dan minum ayam menggunakan paralon yang dibelah menjadi dua. Letak tempat minum diatas tempat pakan, terkadang tempat minum menjadikotor karena terkena butiran pakan yang menyebar. Biaya awal dari pembuatan kendang ini diperkirakan sekitar 50.000.000.

e. Pemberian Pakan dan Minum

Pakan merupakan komponen yang sangat penting dalam usaha peternakan ayam petelur. Peternakan Pak Ali menggunakan campuran pakan yang terdiri dari konsentrat (klk super 36), jagung giling, dedak halus, mineral. Peternakan Pak Ali menggunakan campuran pakan konsentrat yang tetap tidak berganti-ganti. Campuran pakan dilakukan untuk melengkapi nutrisi pakan agar asupan gizi ayam petelur terpenuhi sehingga menghasilkan telur yang baik. Contohnya pakan konsentrat merupakan sumber protein tetapi energinya tidak terlalu tinggi, hal tersebut diimbangi dengan jagung dan dedak yang memiliki kandungan energi yang tinggi. Disamping itu pemberian mineral untuk menjaga kondisi kesehatan ayam petelurnya sehingga ayam petelurnya mampu menghasilkan telur yang memiliki kualitas yang baik dan umur ayamnya lama.

Pemberian pakan di peternakan Pak Ali dilakukan pada pukul 07:30 dan pukul 02:00. Pemberian pakan sebaiknya dilakukan dengan penjatahan yang diberikan selama dua kali sehari dengan jadwal yang tetap dan pemberian pakan juga harus sesuai dengan proporsi yang tetap agar tidak terjadi pemborosan pakan. Untuk pemberian minum setiap pagi, tempat minum dikuras kemudian diberi air minum kembali, jika pada waktu sore hari stok minum habis ditambah kembali dengan air minum.

f. Produksi Telur

Ayam petelur mampu menghasilkan telur setiap hari. Dari 1000 ekor ayam sekitar 80% yang bisa menghasilkan telur. Jadwal pengambilan telur di peternakan Pak Ali dilakukan sekali yaitu pada pukul 16.00. Untuk mendapatkan potensi yang lebih baik dibutuhkan beberapa hal terkait dengan genetik, nutrisi, dan manajemen pengelolaan kandang yang baik. Asupan nutrisi harus disesuaikan dengan baik agar gizi untuk ayam petelur terpenuhi. Dari sisi manajemen pengelolaan setiap peternak diharapkan mampu melihat situasi yang terjadi lalu memberikan tindakan yang tepat untuk mengoptimalkan kandang karena manajemen yang baik dapat memicu potensi bertelur agar berproduksi secara maksimal.

g. Harga Telur

Harga telur ayam petelur bisa berubah setiap harinya. Ada beberapa hal yang menyebabkan harga telur berubah-ubah setiap harinya, menurut wawancara dari pemilik peternakan penyebab harga telur fluktuatif adalah permintaan dari pelanggan yang tidak menentu dan pasar yang tidak mampu menjual telur dengan harga yang mahal, terkadang jika harga telur naik juga dibarengi dengan harga pakan ayam yang naik. Telur abnormal pada usaha peternakan ayam petelur ini juga dijual tergantung permintaan konsumen dan banyaknya telur yang dihasilkan. Meskipun begitu peternakan ini juga melihat kondisi cacat telurnya, jika hanyasedikit akan digunakan untuk konsumsi pribadi atau diberikangratiskepada pelanggan ataupun tetangga sekitar. Kriteria telur dianggap abnormal terlihat dari bentuk dan warna yang tidak seragam seperti telur yang lain dan cangkang telur yang retak atau bolong. Untuk telur abnormal dijual dengan harga Rp 20.000 sebanyak 30 butir.

Perpustakaan UIN Mataram

B. Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang

Dalam melakukan sebuah usaha tentu strategi merupakan peran utama untuk membangun atau mensukseskan bisnis yang sedang kita lakoni. Jika strategi kita belum matang, maka usaha akan cepat mengalami kerugian bahkan bangkrut.

Strategi bukan hanya untuk mengembangkan usaha, akan tetapi juga membantu kita dalam menangani masalah yang terkadang tidak di duga-duga. Baik dalam perkembangan zaman ini, tentunya semakin banyak persaingan usaha sejenis. Hal ini akan mengharuskan kita untuk segera mengatur strategi agar pelanggan tidak beralih ke penjual lain, tentunya strategi yang digunakan berbeda-beda sesuai dengan jenis usaha masing-masing.

Adapun penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apa saja strategi pengembangan yang dilakukan oleh para peternak untuk mengembangkan usahanya. Oleh sebab itu peneliti melakukan wawancara terhadap para peternak ayam petelur mengenai judul penelitian diatas dan sesuai dengan prosedur pedoman wawancarayang sudah disiapkan sebelumnya.

Tabel 2.4

Data informasi sumber wawancara

No	Nama Sumber informasi	Peran sumber data
1.	Pak Ali	Peternak Ayam
2.	Ibu Mahyuni	Peternak Ayam
3.	Pak Haji Amin	Peternak Ayam

Adapun bentuk strategi usaha ternak ayam petelur diantaranya sebagaimana yang diungkapkan oleh Pak Ali selaku sekretaris Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang adalah:

Kelompok Ternak Ayam Desa Montong Gamang mengajukan tawaran untuk mendapatkan tambahan modal usaha dengan mengirimkan proposal bantuan kepada Pemerintah Daerah. Dan menurut Pak Ali selaku Sekretaris Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang dalam mengajukan proposal agar disetujui dan dapat kepercayaan dari pemerintah adalah dengan cara:³⁴

- 1) Memiliki laporan keuangan yang dicatat dengan baik dan dapat dipercaya. Karena pemerintah akan lebih senang pada pengusaha

³⁴Pak Ali, Sekretaris Kelompok Ternak Ayam Petelur, *Wawancara*, Desa Montong Gamang Tanggal 3 Juni 2023

yang mampu mengelola keuangan usaha dengan baik.

- 2) Memiliki produk yang jelas dan bisa diandalkan. Kelompok Ternak Ayam Petelur merintis usaha mulai dari Nol hingga sekarang memiliki banyak Ayam-ayam yang dipelihara dan menghasilkan telur dengan jumlah banyak pula. Selain itu juga telah memiliki kandang sendiri dan seiring berjalannya waktu mulai berkembang pesat. Untuk ini, produk dari usaha ini sangat jelas.

Sedangkan wawancara dengan ibu Mahyuni dikatakan bahwa:³⁵

“Ya dalam hal pengembangan awalnya kami hanya mempunyai ayam sebanyak 200 ekor dari modal sendiri, kemudian kami mengambil inisiatif untuk penambahan modal dengan cara meminjam di Bank tertentu. Setelah kami mendapat pinjaman modal dari Bank, kami membeli ayam lagi.”

Kemudian Pak Ali mengatakan untuk pengembangan usaha bahwa:³⁶

“Pernak harus memilih bibit ayam petelur yang memiliki potensi produktivitas yang tinggi, baik dari segi produksi telur maupun kualitas telur”

Pak Ali juga menambahkan bahwa:

“Pernak harus menyediakan pakan yang seimbang dan berkualitas untuk memenuhi kebutuhan nutrisi ayam petelur. Komposisi ransum, kualitas pakan, dan jadwal pemberian pakan perlu diperhatikan secara teliti.

³⁵Ibu Mahyuni, Anggota Kelompok Ternak Ayam petelur, *Wawancara*, Desa Montong Gamang, 03 Juni 2023

³⁶Pak Ali, Sekretaris Kelompok Ternak Ayam Petelur, *Wawancara*, Desa Montong Gamang Tanggal 3 Juni 2023

Wawancara yang dilakukan dengan Pak Haji Amin untuk pengembangan dikatakan bahwa:³⁷

“Kami bekerja sama dengan peternak lain atau mitra bisnis lain untuk mengembangkan usaha kami ini seperti misalnya nanti kalau ada ayam yang terkena penyakit kami akan saling bahu-membahu untuk memberi perawatan atau program vaksinasi”

Pak Haji Amin juga menambahkan:

“Zaman sekarang juga kan serba canggih jadi tekhonologi juga sangat berperan untuk pengembangan usaha kami”

Keunggulan usaha yang dapat meningkatkan produk merupakan suatu potensi yang amat diinginkan oleh sebagian pengusaha guna untuk menunjang usahanya dengan lebih baik dan mampu memberikan lowongan kerja kepada masyarakat, hal ini yang diterapkan oleh para peternak ayam petelur yang ada di Desa Montong Gamang tersebut.

Perpustakaan UIN Mataram

³⁷Pak H.Amin, Ketua Kelompok Ternak Ayam Petelur, *Wawancara*, Desa Montong Gamang 03 Juni 2023

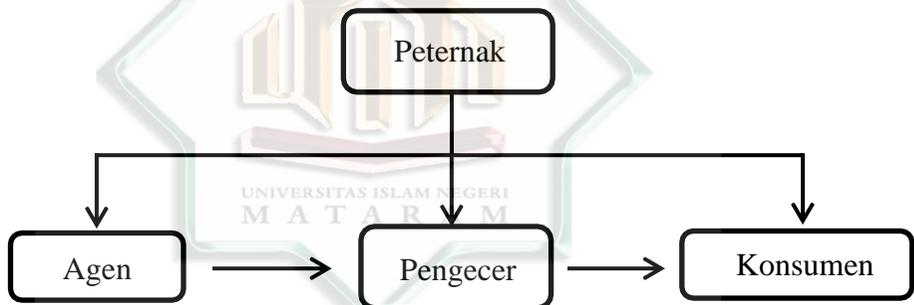
BAB III

PEMBAHASAN

A. Analisis Pengembangan Usaha Kelompok Ternak Ayam Petelur Di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang

Pada pembahasan ini, peneliti akan memfokuskan pada strategi pengembangan usaha ternak ayam petelur di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang, sesuai dengan rumusan masalah sebagai berikut :

Dalam Praktik Pemasaran yang digunakan oleh kelompok ternak ayam petelur Desa Montong Gamang peneliti dapat memaparkan rantai pemasaran sebagai berikut:



Gambar 3.1 Rantai Pemasaran

Dari uraian di atas inilah cara penjualan telur ayam di Desa Montong Gamang, dimana peternak menjual telurnya ke agen kemudian agen pun menjualnya ke pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer membawanya ke pasar dan menjualnya ke konsumen. Disini dapat kita lihat bahwa proses penjualan telur ayam

dari peternak ke konsumen sangatlah banyak dikarenakan menggunakan beberapa perantara, dari segi penjualannya peternak menjual dengan harga yang sangat rendah meskipun pada akhirnya konsumen membeli telur dengan harga yang tinggi. Siklus harga yang berlaku di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang yang dimana peternak menjual telur mereka kepada agen dengan harga Rp 50.000/tray kemudian agen menjualnya kepada pedagang pengecer dengan harga Rp 55.000/tray. Tugas agen hanya mengambilkan pedagang pengecer telur di peternakan tersebut tanpa ada resiko yang akan diperoleh, dan pedagang pengecer akan memasarkan telur tersebut ke konsumen yang ada dipasar terdekat dengan harga 60.000/tray. Dari pemaparan diatas maka harga jual telur oleh peternak sangatlah rendah sehingga yang paling banyak mendapatkan keuntungan adalah agen. Terkadang peternak juga tidak mengetahui harga telur dilapangan karena yang berperan penting sebagai distributor disini adalah agen dan pedagang pengecer.

Terkadang seperti saat ini ketika harga BBM naik, otomatis segala kebutuhan yang diperlukan oleh para peternak ikut naik, seperti halnya pakan ayam dan obat-obatan yang sangat diperlukan untuk menambah daya tahan produksi telur ayam tersebut. Para peternak

merasa sangat dirugikan karena tidak bisa menaikkan harga telur disebabkan agen yang tidak bisa menaikkan harga telur tersebut.

Strategi usaha ternak ayam petelur diantaranya sebagai berikut

1. Mengajukan Proposal Usaha

Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang mengajukan tawaran untuk mendapatkan tambahan modal usaha dengan mengirimkan proposal bantuan kepada Pemerintah Daerah dengan syarat usaha tersebut memiliki laporan keuangan yang dicatat dengan baik serta dapat dipercaya dan memiliki produk yang jelas serta bisa diandalkan.

Menurut peneliti disini sebaiknya para peternak menggunakan beberapa strategi untuk mengembangkan usahanya agar para peternak bisa lebih mandiri dan tidak terlalu bergantung dengan adanya peran agen, sehingga para peternak bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan menjual hasil produk mereka melalui agen.

2. Memantau Harga

Langkah pertama yang dilakukan oleh para peternak adalah observasi pasar dimana para peternak harus mengetahui harga telur yang dijual oleh pedagang pengecer kepada konsumen. Dengan begini peternak akan mengetahui harga telur dilapangan karena

dengan cara seperti ini para peternak bisa memantau harga telur agar tidak terlalu berpihak kepada salah satu pihak sehingga peternak menentukan harga yang sesuai antara peternak dengan agen, agen dengan pedagang pengecer dan pedagang pengecer ke konsumen.

Dengan terkontrolnya harga telur di pasar akan menguntungkan peternak karna itu akan sangat berdampak terhadap berkelanjutannya usaha ternak ayam petelur yang secara tidak langsung akan berdampak pada pengembangan usaha ternak ayam petelur di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang.

3. Promosi

Salah satu cara promosi paling mudah dan efisien adalah dengan cara memasang papan iklan. Dengan strategi ini konsumen akan mengetahui kalau ada lahan ternak itik petelur yang menjual langsung kepada konsumen baik dengan skala besar maupun dengan skala kecil untuk menekan jumlah telur yang akan dijual ke agen yang secara tidak langsung akan berdampak terhadap penentuan harga.

Perpustakaan UIN Mataram

B. Analisis Pengembangan Usaha Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam memandang kehidupan sebagai kesatuan dan tidak dapat dipilih-pilih. Islam memandang kehidupan seseorang sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat yang saling berhubungan antara individu yang satu dengan individu yang lain. Mereka saling membutuhkan dan saling melengkapi dalam kehidupan sosial. Sifat manusia memiliki kebutuhan yang sifatnya individual dan sekaligus juga memiliki kebutuhan yang sifatnya kolektif (kelompok). Dalam kaitannya dengan kehidupan manusia yang bersifat individual dan kelompok, pelaksanaan pengembangan usaha merupakan suatu aplikasi yang menyangkut hubungan antara individu dan kelompok dalam masyarakat dimana, praktik yang dilakukan oleh manusia yang satu bisa menjalin hubungan dengan manusia lainnya karena sifatnya yang saling membutuhkan dan menguntungkan sehingga kebutuhan mereka terpenuhi.

Kehidupan manusia didunia dihadapkan pada dua hal yaitu material dan spiritual. Aspek material dilakukan dalam menjaga hubungan dengan manusia, dalam rangka pemenuhan hajat sandang dan pangan, sedangkan aspek spiritual mengarah kepada pendidikan

manusia untuk selalu bersih batinnya (hati), dengan mendekatkan diri kepada Allah SWT, melalui ibadah guna mendekatkan diri kepadanya untuk meraih kehidupan di dunia dan akhirat.

Manusia dituntut untuk mencari kehidupan dimuka bumi ini dengan berbagai macam cara termasuk aktivitas usaha seperti pertanian, perdagangan, nelayan, dalam bentuk pemberian jasa dan lain sebagainya. Tentunya dalam bentuk semua usaha tersebut harus didasari semata-mata karena ibadah kepadanya.

Sebagai akulasi ajaran agama. Masyarakat Desa Montong Gamang melakukan berbagai macam cara untuk bisa bertahan hidup di dunia, seperti menjadi peternak, petani, pedagang dan juga ada bersumber dari usaha selain itu, seperti buruh bangunan, pengangkutan (tukang ojek), Pegawai Negeri Sipil, dan bahkan diantaranya banyak yang pergi keluar negeri sebagai Tenaga Kerja Indonesia (TKI) atau Tenaga Kerja Wanita (TKW) untuk mengadu nasib di sana. Tetapi sebagian besar masyarakat di Desa Montong Gamang mencari nafkah dengan cara bermuamalah dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi islam dalam setiap transaksinya.

Dalam pelaksanaan pengembangan usaha ternak ayam petelur, yang dikembangkan dengan sistem jual beli seseorang harus dibekali dengan iman dan moral, sehingga tidak terjadi hal yang tidak

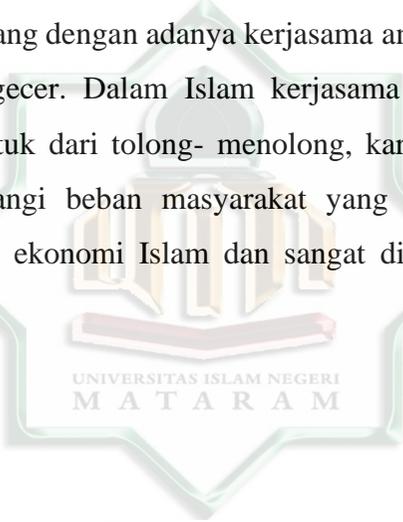
diinginkan, seperti adanya penjual yang curang dalam nilai timbangan merupakan suatu kesalahan yang dilarang oleh prinsip ekonomi islam. Karena disanalah perlunya pertimbangan akan akibat yang dilakukannya, mereka hanya berpikir sesaat, tanpa memikirkan hari kedepannya akibatnya peternak ayam, agen, pedagang pengecer akan merasa kapok untuk membeli kembali sehingga akan berpindah ketempat lain.

Dalam berbisnis harus dihindari adanya eksploitasi terhadap orang lain. Hal ini hukumnya haram dalam pandangan islam. Dengan demikian dalam berbisnis seseorang harus didasari oleh etika dan etos kerja. Islam sangat menganjurkan manusia untuk bekerja dan berkereasi dalam rangka mencapai kehidupan yang lebih baik. Ekonomi Islam sangat mendorong produktivitas dan mengembangkannya baik kualitas maupun kuantitas. Islam melarang menya-nyikan potensi material maupun potensi sumber dayamanusia bahkan Islam mengarahkan semua itu untuk kepentingan produksi sebab di dalamnya terdapat faktor profesionalitas yang dicintai Allah dan insan yang diwajibkan Allah atas segala sesuatunya.

Kelompok Ternak Ayam Petelur Desa Montong Gamang dalam menjalankan usaha sangat memperhatikan enam sikap yang harus

dilakukan dalam menjalankan usaha mereka yakni jujur, ikhlas, professional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, menunaikan zakat, infaq dan sadaqah. Upaya yang dilakukan oleh Kelompok Ternak Ayam Desa Montong Gamang sangatlah tidak bertentangan dengan ekonomi Islam.

Dalam Strategi pengembangan usaha ternak ayam petelur ini, tanpa disadari mengandung unsur positif diantaranya, sikap tolong menolong yang dimana banyak pihak yang merasa mendapatkan bantuan dari transaksi ini, sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran di Desa Montong Gamang dengan adanya kerjasama antara peternak, agen dan pedagang pengecer. Dalam Islam kerjasama seperti ini merupakan salah satu bentuk dari tolong-menolong, karena dalam hal tersebut dapat mengurangi beban masyarakat yang kurang mampu sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dan sangat dianjurkan dalam syariat Islam.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB IV

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Peternak harus meningkatkan produksi hal ini yang dapat mengembangkan usaha lebih baik lagi dan yang perlu diperhatikan untuk mendapatkannya yaitu dengan memberikan makanan yang sesuai dengan kebutuhan ayam agar produksi tetap terjaga dan meningkat. Kesehatan ayam juga perlu diperhatikan dengan memberikan obat atau vitamin pada ayam karena ini juga yang memicu sistem produksi terhadap ayam.

B. Saran

1. Diharapkan para peternak harus lebih teliti lagi dalam menjalankan usahanya baik itu dari segi perencanaannya dan lain-lainnya, dan perbanyak melihat referensi peternakan yang baik lagi, sehingga peternak mampu lebih paham dengan sistem pengelolaannya.
2. Peternak alangkah baiknya menyediakan tempat penggilingan pangan agar tidak lagi membeli makanan yang jadi sehingga tidak mengeluarkan biaya yang banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Suryadani dan Santoso, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Petelur*, Universitas Wijaya Putra Surabaya, 2019.
- Purnomo, Zulfan Saam, *Analisis Bau Limbah Peternakan Ayam Di Pemukiman Terhadap Gangguan Psikosomatik Masyarakat*, *Dinamika Lingkungan Indonesia* 3, No.1 2016.
- I Gede Bagus Eka Priyatna, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Pedaging Broiler Anata Guna di Desa Sidan Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar* tahun 2016.
- Agung Dwi Cahyo, *Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Ras Petelur Di Kabupaten Kediri*, *Magister Agribisnis* 19, No.2 Juli,2019:3<https://ejournal.uniskakediri.ac.id/index.php/agribisnis/article/view/647>.
- Kartini Bt. Lapani, *Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur UD. Putra Tamago Di Kecamatan Palu Selatan Kota Palu*. *ej.Agrotekbis*2, No.1 Februari, 2014:97<https://media.neliti.com/media/publications/244549-strategi-pengembangan-usaha-peternakan-0b297c72.pdf>
- Herdianto Kurniawan, dkk. *Strategi Pengembangan Ayam Ras Petelur Di Samarinda Kalimantan Timur*, *Jurnal Peternakan*, Vol.35(1):57-63.

Suf Ajizah, *Analisis Usaha Dan Strategi Pengembangan Ternak Ayam Ras Petelur Di Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu*, Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Lampung, 2017

Samsul Arifin, *Prospek Pengembangan Usaha Songkok di Desa Kediri Selatan Lombok Barat Tinjauan Etika Bisnis Islam*, Skripsi UIN Mataram tahun 2016.

Ismail Solihin, *Manajemen Strategik, Bandung: Erlangga, 2012*, Akdon, *Strategic Management Strategic Management For Educational Management*, Bandung:Alfabeta, 2011.

Irpah Rambe, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi*, Skripsi, FEBI UIN Sumatera Utara, 2018.

Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, Jakarta: Kencana, 2004.

Senja Nilasari, *Manajemen Strategi*, Jakarta: Dunia Cerdas, 2014.

Abdul Majid, *Perencanaan Pembelajaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.

Muhammad Afridal, *Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen*, Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Almuslim, 2017.

Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.

Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjarmasin:Penerbit Antasari Perss, 2011.

Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha*.

Anselm Strauss dan Julier Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif Prosedur Teknik dan Teori*, Surabaya: PT. Bina Ilmu,1998.

Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: ALFABET, 2010.

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006.

Neong Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rakestasin, 1996.

Ali Maulidi, *Teknik Memahami Statistik 1* Jakarta: Alim'am Publishing, 2013.

Amirudin, Zaenal Asikin, *Pengantar Metode Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011.

Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Grasindo,2010.

LAMPIRAN





Daftar Riwayat Hidup

1. Data Diri

Nama : Muh. Rajib Hidayat
Tempat/Tanggal Lahir : Terara, 01 Oktober 2000
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Nama Ayah : M. Arsyad
Nama Ibu : Idawati
No Hp : 085940846624
Email : hidayatrm42@gmail.com
Alamat : Montong Gamang Desa Montong Gamang Kec.
Kopang

2. Riwayat Pendidikan

- a. SDN 1 Montong Gamang
- b. SMPN 3 Kopang
- c. SMAN 1 Kopang

Logo Universitas Islam Negeri Mataram





UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM Sertifikat Bebas Pinjam

No:2168/Un.12/Perpus/sertifikat/BP/08/2023

Sertifikat Ini Diberikan Kepada :

MUH. RAJIB HIDAYAT

190501202

FEBI/ES

Mahasiswa/Mahasiswi yang tersebut namanya di atas ketika surat ini dikeluarkan, sudah tidak mempunyai pinjaman, hutang denda ataupun masalah lainnya di Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.

Sertifikat ini diberikan sebagai syarat **UJIAN SKRIPSI**.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM



UPT Perpustakaan
UIN Mataram

Handwritten signature
Handwritten name: **Handwritten name**, M.Hum
Handwritten ID: 197808282006042001

Perpustakaan UIN Mataram



UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM Plagiarism Checker Certificate

No.2570/Un.12/Perpus/sertifikat/PC/09/2023

Sertifikat Ini Diberikan Kepada :

MUH. RAJIB HIDAYAT

190501202

FEBI/ES

Dengan Judul SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK AYAM PETELUR PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM (Studi kasus kelompok ternak ayam petelur Desa Montong Gamang)

SKRIPSI tersebut telah Dinyatakan Lulus Uji cek Plagiasi Menggunakan Aplikasi Turnitin

Similarity Found : 20 %

Submission Date : 18/09/2023



Ket. UPT Perpustakaan
UIN Mataram

[Signature]
Murniawaty, M.Hum
NIP. 197608282006042001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM

Perpustakaan UIN Mataram



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Pendidikan No. 35 Tlp. (0370) 621298 – 623809 Fax. 625337 Mataram
Website: <http://febi.uinmataram.ac.id> email: febi@uinmataram.ac.id

Nomor : 36 /Un.12/FEBI/PP.00.9/ 03 / 2023
Lamp : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Permohonan Izin Meneliti

01 Maret 2023

Kepada Yth.
Ketua Kelompok Ternak Ayam Petelur
di Lombok Tengah

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, kami mohon diberikan izin meneliti di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Muh. Rajib Hidayat
NIM : 190501202
Tempat / Tanggal : Terara, 01 Oktober 2000
Jurusan : Ekonomi Syariah
Tujuan : Penelitian
Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Petelur Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kelompok Ternak Ayam di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang)

Lokasi Penelitian : Desa Montong Gamang

Lama Penelitian : 2 bulan

Data hasil penelitian tersebut diperlukan untuk penulisan skripsi.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Perpustakaan UIN Mataram

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,



Dr. Baiq El Badriati, M.E.I

NIS: 97812312008012028