FAKTOR –FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT HARGA JUAL TELUR AYAM DALAM TINJAUAN BISNIS SYARIAH

(Studi Kasus: Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah, Kecamatan Payakumbuah, Kabupaten Lima Puluh Kota)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mendapatkan Gelar (Sarjana) (SE) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:

LEO AGUNG SAPUTRA

3718104

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK

BUKITTINGGI 2023

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **FAKTOR –FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT HARGA JUAL TELUR AYAM DALAM TINJAUAN BISNIS SYARIAH (Studi Kasus: Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah, Kecamatan Payakumbuah, Kabupaten Lima Puluh Kota)** yang disusun oleh saudara **Leo Agung Saputra**, Nim **3718104,** telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetuji untuk diajukan ke Sidang Munaqasyah pada program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 30 Oktober 2023.

Pembimbing

Habibahtur Ridhah, SE, MM
NIP. 199107272018012002

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama/Nim	:	Leo Agung Saputra/ 3718104
Tempat/Tanggal Lahir	:	Padang, 12 AGUSTUS 2000
Fakultas/Jurusan	:	FEBI/ Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi	:	Faktor –faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Jual Telur Ayam Dalam Tinjauan Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (skripsi) saya dengan judul diatas adalah benar hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka saya bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan saya dicabut sampai batas waktu yang tidak ditentukan

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Bukittinggi, Oktober 2023

Saya yang menyatakan



Leo Agung Saputra

Nim: 3718104

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **LEO AGUNG SAPUTRA, NIM 3718104** Jurusan S1 Manajemen Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi dengan judul **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Jual Telur Ayam Dalam Tinjauan Bisnis Syariah (Studi Kasus: Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah, Kecamatan Payakumbuh, Kabupaten Lima Puluh Kota)"**

Penelitian ini di latar belakangi oleh ketertarikan penulis mengkaji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga jual telur ayam dan faktor penetapan harga jual telur ayam dalam tinjuan bisnis syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan *(field research)* dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yaitu mendeskripsikan kejadian yang didengar, dirasakan dibuat dalam pernyataan naratif atau deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Serta menggunakan metode analisis data, reduksi data, analisis paparan data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor- faktor yang mempengaruhi tingkat harga jual telur di jorong dalam koto adalah Kondisi dan Kemampuan Penjual dan Modal, sedangkan untuk kondisi pasar dan kondisi organisasi perusahaan tidak berpengaruh untuk tingkat penjualan telur ayam di Jorong Dalam Koto tersebut. Penentuan Harga Jual Telur Ayam di Jorong Dalam Koto adalah dengan ditetapkan oleh mekanisme pasar bebas atau bertemunya kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran, dengan memiliki standar harga yang berlaku dipasaran.

Kata Kunci: Faktor-faktor, Harga, Telur

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan Kehadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis da pat menyelesaikan sebuah karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul "**Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Jual Telur Ayam Dalam Tinjauan Bisnis Syariah (Studi Kasus Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah, Kecamatan Payakumbuh, Kabupaten Lima Puluh Kota).** Sekaligus menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi. Untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Kemudian shalawat dan salam penulis tujukan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menyampaikan risalahnya bagi manusia untuk menempuh jalan hidup yang diridhai-Nya.

Dalam proses penulisan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulus kepada keluarga tercinta terutama kepada orang tua, Ayahanda **Samsi** dan ibunda **Rosidah**, yang selalu mencintai penulis dengan sepenuh hati dan rela mengorbankan segalanya demi penulis, yang berjuang tak kenal lelah untuk masa depan dan kehidupan penulis, serta memberi dukungan yang sangat berarti bagi penulis dalam membuat skripsi ini. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada

kakak **Nelson Rio Ardiansyah,** yang selalu memberi kasih sayang, semangat, perhatian dan dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan terimakasih juga penulis ucapkan kepada adik penulis **Randi Saputra** yang memberi dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan terimakasih kepada **Elfi syafira, Yohan Mewanda utama, Mila Sari** yang sudah menjadi teman, sahabat, yang setia dikala suka maupun duka untuk beberapa tahun ini. Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa ada dukungan dan bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, izinkan penulis mengucapkan rasa syukur kepada orang-orang yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Ibu **Prof. Dr. Ridha Ahida, M.Hum** selaku rektor Universitas Islam Negari (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittingi yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menuntut dan menimba ilmu pengetahuan.
2. Ibu **Dr. Hesi Eka Puteri, SE., M.Si** sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak **Andis Febrian SEI. MM** sebagai Ketua Jurusan S1 Ekonomi Islam
4. Ibu **Yenti Astarie Dewi SE,Akt,.MM** selaku Pembimbing Akademik (PA)
5. Ibu **Habibahtur Ridhah, SE, MM** selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan/i UIN Bukittinggi yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan di perguruan tinggi ini.
7. Pihak Nagari Taeh Baruah, dan Peternakan Ayam Ras Petelur yang sudah meluangkan waktunya untuk penulis wawancara sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang terbaik dari Allah SWT. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.* Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca dan menjadi referensi yang berguna terutama dalam dunia pendidikan kedepannya.

Bukittinggi, Oktober, 2023

Saya Yang Menyatakan



Leo Agung Saputra
Nim.3718104

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**

KATA PENGANTAR ..... **ii**

DAFTAR ISI ..... **iii**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **x**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang **1**

B. Identifikasi Masalah **8**

C. Batasan Masalah **8**

D. Rumusan masalah **8**

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian **9**

F. Penjelasan Judul 9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsep Harga **11**

B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga **13**

1. Keadaan Perekonomian 13
2. Penawaran dan Permintaan 13
3. Elastisitas Permintaan 14
4. Persaingan 14
5. Biaya 15

C. Faktor –faktor Yang Mempengaruhi Harga Dalam Islam **15**

1. Ketersediaan Barang (*Supply*) 15
2. Permintaan Rekayasa (*Ba'i Najasi*) 16

3. Rekayasa Supply (*Ba'i Ikhtikar*) 16
4. Talaqi Al- rukban 16
5. Al-Hasr (Pemboikotan) 16
6. Koalisi dan Kolusi Antar Penjual (Kartel) 17
7. Penetapan Harga 17
8. Larangan bagi ba'i ba'dh 'ala ba'dh 17

D. Mekanisme Penetapan Harga 17

1. Pengertian Mekanisme Penetapan Harga 17
2. Langkah-langkah Penetapan Harga 18

E. Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam 21

F. Penjualan 24

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual 25
2. Kondisi Pasar 26
3. Modal 26
4. Kondisi Organisasi Perusahaan 26

G. Konsep Pemasaran 27

H. Bisnis Syariah 28

1. Prinsip Tauhid 29
2. Prinsip Kebolehan 30
3. Prinsip Keadilan 30
4. Prinsip Kehendak Bebas 31
5. Prinsip Pertanggungjawaban 31
6. Prinsip Kebernaran, Kebijakan dan Kejujuran 32

7. Prinsip Kemanfaatan 33

I. Ayam Petelur 33

1. Bibit 35
2. Makan dan Minum 35
3. Perkandangan 36
4. Biaya 37
5. Harga Telur 37
6. Biaya Pemasaran 38

J. Kajian Terdahulu 39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 43

B. Lokasi dan Waktu Penelitian 43

C. Jenis dan Sumber Data 44

1. Data Primer 44
2. Data Sekunder 44

D. Teknik Pengumpulan Data 44

1. Observasi 44
2. Dokumentasi 45
3. Wawancara (Interview) 45

E. Metode Analisis Data 45

1. Reduksi Data 46
2. Analisis Paparan Data 46
3. Penarikan Kesimpulan 46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kenagarian Taeh Baruah 48

1. Sejarah Kenagarian Taeh Baruah 48
2. Kondisi Geografis 52
3. Kondisi Topografi 53
4. Iklim 53
5. Demografi 54

B. Gambaran Umum Peternakan Ayam Petelur 54

1. Sejarah Ayam Petelur di Jorong Dalam Koto 54
2. Visi dan Misi Dari Usaha Ternak Ayam Petelur 56
3. Tujuan Dan Sasaran Dari Usaha Ternak Ayam Petelur 57

C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Telur Ayam..... 57

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual 58
2. Kondisi Pasar 59
3. Modal 59
4. Kondisi Organisasi Perusahaan 60

D. Faktor Penentuan Harga Jual Telur Ayam 60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Harga Telur Ayam Remban Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah Uda Pipin 6

Tabel 1.2 Data Harga Telur Ayam Remban Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah Oji Emi 6

Tabel 1.3 Data Harga Telur Ayam Remban Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah Haji Is Klason 7

Tabel 2.1 Kajian Terdahulu 39

Tabel 4.1 Perkembangan Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin 54

Tabel 4.2 Jenis-jenis Telur Ayam di Jorong Dalam Koto 63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini dunia bisnis sedang tumbuh dan berkembang pesat, hal ini dibuktikan dengan berbagai jenis barang yang diperjual belikan kepada kalangan masyarakat. Dalam perekonomian saat ini, bisnis memainkan peran yang sangat penting bagi perubahan, pembangunan serta pengembangan bisnis, karena bisnis membawa sinyal yang menandakan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh orang lain. Banyaknya jenis penawaran barang yang ditawarkan dan diperjual belikan ini sangat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli barang yang akan dijual.[1]

Kondisi pertumbuhan bisnis sekarang ini cukup tinggi, dimana dapat dilihat dari tumbuhnya perusahaan-perusahaan dengan produk yang sejenis sebagai pesaing, sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Dalam hal ini perusahaan hendaknya mengetahui pasar, dimana produk dan jasa yang di produksi akan di tawarkan atau di pasarkan.[2]

Di dalam jual beli, ada unsur yang sangat penting dalam transaksi jual beli yaitu harga. Harga merupakan sesuatu yang harus dibayarkan oleh pembeli, sebagai pengimbang dari barang yang dibelinya , biasanya harga suatu barang didasarkan atas kesepakatan antara penjual dan

[1]Akhmad Mujahidin, *Etika Islam,* (Jakarta: PT Raja Grapindo Persada, 2007), h. 2

[2] Zevi, I. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran DAlam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri*. Ekonomi Syaraih Universitas Islam Syarif Hidayahtullah. Jakarta.

pembeli. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga bisa menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa uang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun dan jika terlalu rendah akan menyebabkan kerugian pada usaha.

Penentuan harga dipengaruhi oleh beberapa hal pasar yang sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran, namun juga dapat dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti keadaan perekonomian, elastisitas permintaan, dan dan biaya[3]. Para ulama menyimpulkan bahwa bagi penguasa untuk menentukan harga barang-barang karena hal itu adalah kedzaliman. Dari Anas bin Malik r.a secara marfu' orang-orang berkata, "*Wahai rasulullah, harga-harga menjadi mahal. Tetapkanlah harga untuk kami?"*. Rasulullah SAW bersabda, *"Sesungguhnya Allah yang pantas menaikkan dan melapangkan rezeki. Aku harap dapat berjumpa dengan Allah dalam keadaan tidak seorang pun dari kalian yang menuntutku soal kezaliman dalam darah (nyawa) dan harta."* (HR Ibnu Majah). Sesungguhnya penetapan harga barang-barang merupakan bentuk tindakan memperlakukan barang orang lain tanpa seizin pemiliknya itu adalah kedzaliman. Tetapi apabila para penjual serempak berkomplot, misalnya para pedagang dan yang lainnya untuk menaikkan harga barang-barang mereka atas egoisme mereka, maka pemerintah harus menetapkan harga

[3] Abdul Manan, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta; 1997), h. 153

barang-barang yang dijual secara adil, demi menegakkan keadilan antara para penjual dan para pembeli dan berdasarkan kaidah umum, yaitu kaidah mengambil manfaat dan mencegah kerusakan. Jika terjadi disebabkan banyaknya permintaan dan sedikitnya barang tanpa adanya muslihat, maka pemerintah tidak berhak untuk menetapkan harga, tetapi ia harus membiarkan rakyat diberi rezeki oleh allah, yang ini maupun yang lain. Maksudnya ialah para pedagang tidak boleh menaikkan harga melebihi batas normal dan tidak boleh menetapkan harga.

Perkembangan subsektor perternakan merupakan bagian dari pengembangan sektor pertanian, dimana subsektor pertenakan memiliki nilai strategis dalam memenuhi kebutuhan makanan yang terus meningkat seiring bertambahnya jumlah penduduk dan ekonomi Indonesia, serta meningkatkan taraf hidup keluarga dengan beternak. Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan konsumsi makanan yang memiliki gizi baik, juga turut meningkatkan angka permintaan serta kebutuhan masyarakat akan bahan makanan yang memiliki nilai protein dan kandungan gizi yang tinggi.

Pembangunan subsektor peternakan bidang perunggasan, khususnya peternakan ayam ras petelur menjadi salah satu usaha yang diharapkan dapat membawa perubahan perekonomian masyarakat kearah yang lebih baik. Sentra produksi peternakan ayam ras telur di sumatera barat dapat mencukupi konsumsi masyarakat sumatera barat usaha

peternakan ayam ras petelur berusaha menunjukan kemampuannya untuk menjadi usaha peternakan yang diandalkan.[4]

Usaha ternak merupakan sumber pangan utama yang harus menjadi pusat perhatian dan harus dicukupi untuk suatu wilayah ekonomi. Bila tidak akan menggangu kegiatan ekonomi, karena harus impor. Kegiatan ekonomi sektor peternakan ini berada di tingkat rakyat, sehingga dikenal ekonomi kerakyatan. Dinas peternakan, meyebutnya sektor peternakan merupakan sektor penting dalam perkembangan ekonomi kerakyatan karena pada sektor ini tumbuh usaha-usaha yang bisa menunjang kehidupan rakyat, karena itu pengembangan peternakan dapat memberikan harapan untuk masa yang akan datang seiring untuk mengkonsumsi pangan yang bergizi.

Usaha ayam petelur merupakan subsektor peternakan yang mempunyai nilai ekonomis cukup tinggi dan juga mempunyai hubungan lainnya yang cukup tinggi, terutama industri peternakan ayam petelur dengan industri pakan ternak ayam petelur. Kebutuhan akan pakan ternak untuk memenuhi keberlansungan usaha peternakan ayam ras petelur di Indonesia sangatlah tinggi dan itulah yang mempengaruhi pasang surut industri peternakan ayam petelur di Indonesia.[5]

---

[4] Helmi Ali dan Dkk, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Ternak Ayam Petelur di Kabupaten Lima Puluh Kota,* Seminar Nasional Pembangunan Pertanian dan Pedesaan, vol.1, h. 120

[5] Rosyidin, C; Sumarji; Daroini A. 2019. *Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras di Kabupaten Kediri*. Universitas Islam Kediri. *Jurnal Imiah Fillia Cendekia* : h. 43

Salah satu sentra utama penghasil ayam petelur di provinsi Sumatera Barat adalah Kabupaten Lima Puluh Kota. Dapat dilihat dari data Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2020 populasi ayam petelur mencapai 7.748.600 ekor sedangkan ditahun 2021 mengalami kenaikan menjadi 8.364.679 ekor, dan pada tahun 2022 mengalami kenaikan menjadi 8.425.873 dari data diatas dapat disimpulkan peternakan ayam di Kabupaten Limapuluh kota mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Salah satu Nagari di Kabupaten Lima Puluh Kota yang melakukan usaha ayam petelur yang berkembang cukup pesat adalah Kenagarian Taeh Baruah. Agar usaha ayam petelur di Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah dan Kenagarian Mungka tidak terlepas dari aspek usaha dan penerapannya, dengan mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhi tingkat harga jual ayam petelur untuk penghasilan terhadap usaha pendapatan pengusaha ayam petelur terus naik seiring dengan produksinya.

Pada hal ini pengusaha atau pembisnis harus mengetahui pangsa pasar menjadi suatu yang mempengaruhi tingkat harga jual ayam petelur di kenagarian tersebut. Keberhasilan suatu usaha atau bisnis dalam memasarkan produk- produknya tergantung dengan penerapan yang tepat pengusaha atau pebisnis, supaya dapat menciptakan dan memelihara serta mengembangkan usahanya disuatu perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ama Opet, Oji Emi, dan Isklason dapat disimpulkan bahwa hasil produksi telur ayam dan harga rata-rata telur ayam pertahun, sebagai berikut:

Tabel. 1.1
Data Harga Telur Ayam Remban Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah
Uda Pipin

No	Pemilik Peternakan/ Nama Peternakan	Hasil Produksi (pertahun)	Rata-rata Harga Perbutir (pertahun)
1	2018	± 3.350.000	± Rp. 1.300
2	2019	± 3.010.000	± Rp. 1.100
3	2020	± 3.100.000	± Rp. 1.100
4	2021	± 3.207.000	± Rp. 1.300
5	2022	± 1.490.000	± Rp. 1.450

Tabel. 1.2
Data Harga Telur Ayam Remban Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah
Oji Emi

No	Pemilik Peternakan/ Nama Peternakan	Hasil Produksi (pertahun)	Rata-rata Harga Perbutir (pertahun)
1	2018	± 6.365.000	± Rp. 1.300
2	2019	± 6.030.000	± Rp. 1.100
3	2020	± 5.527.500	± Rp. 1.100
4	2021	± 5.862.000	± Rp. 1.300
5	2022	± 6.197.500	± Rp. 1.450

Tabel. 1.3
Data Harga Telur Ayam Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah Haji Is Klason

No	Pemilik Peternakan/ Nama Peternakan	Hasil Produksi (pertahun)	Rata-rata Harga Perbutir (pertahun)
1	2018	± 3.182.000	± Rp. 1.300
2	2019	± 2.680.000	± Rp. 1.100
3	2020	± 2.512.500	± Rp. 1.100
4	2021	± 2.445.000	± Rp. 1.300
5	2022	± 3.015.000	± Rp. 1.450

Dapat dilihat pada tabel 1.1, 1.2 dan 1.3 rata-rata harga telur ayam pertahun setiap peternak sama, dikarenakan jika harga telur ayam berbeda-beda maka akan mempengaruhi penjualan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa peternak ayam petelur dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang sering dihadapi oleh peternak ayam ras petelur di Jorong Dalam Koto kenagarian Taeh Baruah pada saat sekarang ini adalah harga bibit ayam petelur yang naik-turun secara tidak menentu yang membuat peternak kesulitan dalam menjual ayam dan telur yang telah diproduksi. Dan tidak hanya itu bahkan dibeberapa kondisi harga pakan ayam bisa lebih tinggi dibandingkan harga telur ayam dipasaran. Hal ini tentu bisa menyebabkan para peternak mengalami kerugian.

Jadi berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan penulis menemukan hal menarik untuk diteliti yaitu terjadinya faktor yang mempengaruhi tingkat harga jual telur ayam, penentuan harga jual telur ayam pada usaha ayam petelur tersebut. Dari penjelasan diatas maka

penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Jual Telur Ayam Dalam Tujuan Bisnis Syariah (Studi Kasus: Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah, Kecamatan Lima Puluh Kota).**

B. Identifikasi Masalah

1. Harga jual telur ayam di jorong Dalam Koto kenagarian Taeh Baruah yang naik-turun secara tidak menentu.
2. Ketidakstabilan antara harga jual telur ayam dengan harga pakan ternak yang digunakan. Terkadang harga pakan diatas harga jual ayam petelur.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan untuk menghindari peneliti agar tidak terjadinya kesalahan dalam penumpulan data, sehingga peneliti tidak terjebak kedalam pengumpulan data secara umum sehingga kurang efektif dengan perumusan masalah dan tujuan dalam penelitian.

Batasan masalah penelitian ini adalah pada jumlah peternak ayam petelur di jorong Dalam Koto kenagarian Taeh Baruah.

D. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan telur ayam pada usaha ayam petelur Jorong Dalam Koto Nagari Taeh Baruah Kecamatan Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota?

2. Bagaimana penentuan harga jual telur ayam pada usaha ayam petelur Jorong Dalam Koto Nagari Taeh Baruah Kecamatan Lima Puluh Kota?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian:

a. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi penjualan telur ayam.

b. Untuk mengetahui bagaimana penentuan harga jual telur ayam Jorong Dalam Koto Nagari Taeh Baruah Kecamatan Lima Puluh Kota.

2. Manfaaat penelitian:

a. Sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan S1 jurusan Manajemen Bisnis Syariah UIN Bukittinggi untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi.

b. Dapat memberikan pengetahuan yang jelas mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi tingkat harga jual.

c. Untuk referensi bagi pihak - pihak yang membutuhkan.

F. Penjelasan judul

Untuk lebih memudahkan pemahaman dan menghindari terjadinya kesalahan pemahaman terhadap judul skripsi ini, maka penulis memberikan penjelasan mengenai judul skripsi ini:

Faktor ialah suatu hal ataupun keadaan, peristiwa yang ikut menyebabkan dan mempengaruhi terjadinya sesuatu.[6]

Harga merupakan salahsatu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Penentuan harga dipengaruhi oleh beberapa hal dipasar yang sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran, namun juga dapat dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti monopoli harga, kenaikan harga buatan, dan kenaikan harga yang disebabkan oleh naiknya harga kebutuhan hidup.[7]

Telur ayam merupakan sumber protein hewani yang murah dan mudah untuk didapatkan oleh masyarakat Indonesia.[8]

[6] Kamus Besar Bahasa Indonesia

[7] Abdul Manan, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*, h. 153

[8] Muhammad Anwar Djaelani, *Kualitas Telur Ras (Gallus L) Setelah Setelah Penyimpanan yang dilakukan Pencelupan pada Air Mendidih dan Air Kapur Sebelum Penyimpanan,* Buletin Anatomi dan Fisiologi, 24(1), 2016, h.122

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Harga

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.[9]

Pengertian harga menurut Swastha "Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya". Dari definisi terssebut kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjualan. Bahkan penjual juga mengginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut. Sedangkan menurut Kotler "Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lain menimbulkan biaya".[10]

Harga sendiri merupakan suatu permainan dalam tingkat harga jual, apabila harga yang ditetapkan oleh penjual terlalu tinggi maka harga

[9] Christy Jacklin Gerung, Janjte Sepang dan Sjendry Loindong, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado Jurnal EMBA Vol 5 No 2, 2017.

[10] Basu DH Swastha, dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern (Yogyakarta: Liberty, 2003), h. 190.

tersebut tidak mampu terjangkau oleh konsumen atau Customer, akhirnya akan berdampak pada pemasarna suatu produk di perusahan tersebut. Sebaliknya ketika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut terlalu rendah maka akan berdampak pada rendahnya tingkat profitabilitas serta konsumen menganggap barang yang ditawarkan dengan harga rendah tersebut merupakan barang lama atau barang yang kualitasnya buruk. Karena harga dari suatu barang itu dapat mencerminkan kualitas yang dimilikinya.

Definisi harga menurut Ibn Qayyim Al-jauziyah ialah ukuran, standar, kriteria (al-miyar) yang dapat dikenai harta kekayaan, wajib dibatasi sedemikian rupa supaya tidak mudah naik dan tidak mudah turun, sifat spesifik dan akurat. Sedangkan pengertian harga menurut M. Amin Summa adalah "nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang. "Menurut Muhammad Abdul Mu'in Al Jamal harga merupakn "nisab pertukaran sesuatu barang dengan mata uang."[11]

Buchari Alma mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan utility merupakan konsep yang paling berhubungan dengan penetapan harga. Yang dimaksud dengan utility dan value sebgai berikut :

1. *Utility* adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan, dan memuaskan konsumen.

[11] Muhammad abdul Mu'in Al-Jamal, *Ensiclopedia Ekonomi Islam Jilid 2,* (Malaysia Kuala Lumpur: PT Dewan bahasa dan Pustaka Kementrian Pendidikan,1992).

2. *Value* adalah nilai suatu produk untuk ditukar dengan produk lain, nilai ini dapat diihat dalam situasi barter yaitu ditukar dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran barang dengan barang. Sekarang ini kegiatan perekonomian tidak melakukan barter lagi tetapi telah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Definisi diatas memberikan arti bahwa harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai untuk mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan konsumen.[12]

B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga

1. Keadaan perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku seperti reaksi spontan terhadap keputusan adanya kenaikan harga-harga sehingga terjadinya kenaikan yang menyolok pada harga barang-barang mewah, barang-barang impor, dan barang-barnag yang dibuat dengan bahan atau komponen dari luar negeri. Jadi, kondisi perekonomian sangat mempengaruhi penetapan harga.

2. Penawaran dan Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta menjadi lebih besar.

[12] Buchari Alma, *Manajemen Dan Pemasaran Jasa,* (Bandung : Alfabeta 2005), h.169.

Penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan menjadi lebih besar.

3. Elastisitas Permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual.

4. Persaingan

Ada beberapa jenis persaingan ialah :

a. Persaingan tidak sempurna

Barang yang dihasilkan dengan merk tertentu terkadang mengalami kesulitan dalam pemasarannya. Hal ini dapat disebabkan karena harga nya lebih tinggi dari barang jenis merek lain.

b. Oligopoli

Dalam keadaan oligopoli beberapa penjual menguasai pasar sehingga harga yang ditetapkan lebih tinggi daripada adalam persaingan sempurna.

c. Monopoli

Dalam keadaan monopilo jumlah penjual yang ada dipasar hanya satu sehingga penentuan harga sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti permintaan barang bersangkutan, barang pengganti, dan peraturan harga dari pemerintah.

5. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian atau sebaliknya.[13]

C. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Harga Dalam Islam

1. Ketersediaan Barang (*Supply*)

Ketersediaan barang atau jasa dalam pasar akan memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga harga secara relatif selamanya akan berada dalam keseimbangan. Dan sebaliknya kelangkaan akan mengemudi spekluasi yang bisa berdampak pada kenaikan harga. Menurut Ibnu Khaldun : ketika barang-barang yang tersedia sedikit, harga- harga akan naik. Namun bila jarak antar kota dekat dan seorang pria untuk melakukan perjalanannya, akan banyak yang akan di impor sehingga ketersediaan barang akan berlimpah dan harga- harga akan turun.

[13] Basu Swastha Dharmanesta, S.E, M.B.A, Strategi Penetapan Harga, Modul 7

2. Permintaan Rekayasa (*Ba'i Najasi*)

Permintaan rekayasa adalah produk dan menyuruh pihak lain menguji produknya atau menawar dengan harga tinggi, sehingga calon pembeli yang lain tertarik untuk membeli barang dagangannya. Majasi dilarang karena dapat menaikkan harga barang – barang yang dibutuhkan oleh para pembeli. Rasullulah bersabda *" janganlah kamu sekalian melakukan penawaran terhadap barang tanpa menjadi merek untuk membeli"* (HR. Tirmidzi)

3. Rekayasa Supply (*Ba'i Ikhtikar*)

Rekayasa supply yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menahan barang untuk tidak tersebar di pasar sehingga harganya naik.

4. Talaqi Al- rukban

Praktek ini dengan cara mencegat orang – orang yang membawa barang dari desa dan membeli barang tersebut sebelum sampai di pasar.

5. Al-Hasr (Pemboikotan)

Al-Hasr (pemboikotan) yaitu distribusi barang hanyamuncul pada satu penjual atau pihak tertentu. Perlu penetapan harga disini untuk menghindari penjual barang tersebut dengan harga yang ditetapkan sepihak dan mena-mena oleh pihak penjual tersebut.

6. Koalisi dan Kolusi Antar Penjual (Kartel)

Adalah kondisi yang terjadi dimana sejumlah pedagang sepakat untuk melakukan transaksi diantara mereka, dengan harga di atas ataupun dibawah harga normal.

7. Penetapan Harga

Merupakan salah satu praktek yang tidak di bolehkan oleh syariah islam. Rasulullah bersabda: " *fluktuasi harga (turun-naik) itu adalah perbuatan Allah Swt, sebenarnya saya ingin melompat dengan-Nya dan saya tidak melakukan kezaliman pada seorang yang bisa diminta dari saya*. ("HR. Abu Dawud")

8. Larangan bagi ba'i ba'dh 'ala ba'dh

Yaitu praktek bisnis ini maksudnya adalah dengan melakukan aktif atau penurunan harga oleh seseorang dimanna kedua bagian pihak yangg terlibat tawar-menawar masih melakukan beberapa urusan dan menetapkan harga.

D. Mekanisme Penetapan Harga

1. Pengertian Mekanisme Penetapan Harga

Seorang pelaku usaha harus menetapkan harga untuk pertama kali ketika usaha tersebut berkembang atau memperoleh suatu produk. Dengan mekanisme penetapan harga yang tepat, maka konsumen tidak akan merasa terbebani dan tidak akan mengakibatkan penurunan daya

beli konsumen yang pada akhirnya akan mencapai tujuan yakni tercapainya penjualan yang semaksimal mungkin.

Mekanisme harga adalah proses yang berjalan atas dasar gaya tarik-menarik anatara konsumen dan produsen baik dari pasar output (barang) ataupun input (faktor-faktor produksi). [14]

Penetapan Harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang dihasilkan. Jadi, suatu perusahaan harus menetapkan harga yang sesuai dengan sasaran pasar, yang harus memahami kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen.

Pemaparan diatas menjelaskan mekanisme penetapan harga sebagai suatu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam memberikan nilai suatu produk atau jasa dengan memperhitungkan terlebih dahulu segala macam biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh keuntungan.

2. Langkah-langkah Penentapan Harga

Pelaku usaha harus mempertimbangkan banyak faktor dalam mekanisme menetapkan harganya, supaya harga yang ditentukan pelaku usaha tersebut dapat diterima oleh konsumen dan pada akhirnya konsumen tetap melakukan pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

[14] Euis Amalia, Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil dalam Perspektif Ekonomi Islam, AL-IQTISHAD, 5(1), 2013, h.6

Beberapa langkah dalam mekanisme penetapan harga sebagai berikut:

a. Memilih Tujuan Penetapan Harga

Semakin jelas tujuan pelaku usaha,semakin mudah dalam menetapkan harga. Tujuan penetapan harga bukan hanya berdasarkan tingkat keuntungan dan perolehannya saja melainkan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan non ekonomis lainnya.

Berikut ini adalah beberapa tujuan penetapan harga oleh seorang pelaku usaha antara lain:

1) Untuk bertahan hidup
2) Untuk mamaksimalkan laba
3) Memperbesar *market share*
4) Mutu produk
5) Karena pesaing[15]

b. Menentukan Permintaan

Harga yang ditetapkan dalam suatu usaha akan menghasilkan tingkat permintaan yang berbeda, hal ini terjadi karena harga yang ditetapkan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap tujuan suatu usaha. Permintaan harga berbanding terbalik makin tinggi harganya, makin rendah permintaanya. Namun, jika harga terlalu tinggi, tingkat permintaannya mungkin akan menurun.

[15] Kasmir, Kewirausahaan, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014) h.191

c. Memperkirakan Biaya

Permintaan menentukan batas harga tertinggi yang dapat dikenakan pelaku usaha untuk produknya, sedangkan biaya dapat menentukan batas terendahnya. Pelaku usaha tersebut ingin menetapkan harga yang menutupi biaya produksi, distribusi dan penjualan produk, termasuk laba yang lumayan, upaya dan resikonya.

d. Menganalisis Biaya, Harga dan Tawaran Pesaing

Kemungkinan-kemungkinan harga yang ditentukan permintaan pasar dan biaya usaha mengakibatkan pelaku usaha terus mempertimbangkan biaya, harga dan reaksi pesaing. Pertimbangan harga yang pertama adalah melihat harga dari pelaku usaha lain yang terdekat, selanjutnya pelaku usaha dapat memutuskan apakah mengenakan harga yang lebih tinggi, sama atau lebih rendah dari harga pesaing. Namun, pelaku usaha dapat merubah harganya sebagai reaksi terhdapa harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha lain.

e. Memilih Metode Penetapan Harga

Pertimbangan yang dibutuhkan oleh pelaku usaha dalam menetapkan harga yaitu, permintaan, biaya dan harga pesaing. Para pelaku usaha akan memilih metode penetapan harga yang menyertakan satu atau lebih dari ketiga pertimbangan diatas. Berikut ini metode yang bisa digunakan dalam menetapkan harga

antara lain, penetapan harga *mark-up,* penetapan harga sasaran pengembalian, penetapan harga persepsi nilai, penetapan harga umum dan penetapan harga lelang.

f. Memilih Harga Akhir

Metode-metode penetapan harga dapat mempersempit ruang gerak suatu pelaku usaha dalam memilih harga akhinya. Namun untuk menetapkan harga akhir maka pelaku usaha harus mempertimbangkan faktor tambahan sebagai berikut, dampak dari kegiatan pemasaran lain, kebijakan penetapan harga usaha, dan dampak harga terhadap pihak lain.

E. Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam

Islam sangat konsen pada masalah keseimbangan harga, terutama pada bagaimana mengatasi masalah ketidakstabilan harga. Para ulama berbeda pendapat mengenai boleh tidaknya negara menetapkan harga. Sebagian ulama menolak peran negara untuk menetapkan harga, sebagian ulama lain membenarkan negara untuk menetapkan harga.

Setelah perpindahan (hijrah) Rasulullah SAW ke Madinah, maka beliau menjadi pengawasan pasar (mustahib) pada saat itu, mekanisme pasar sangat dihargai. Salah satu buktinya yaitu Rasulullah SAW menolak untuk membuat kebijakan dalam penetapan harga, pada saat itu harga sedang naik karena dorongan permintaan dan penawaran yang dialami. Bukti autentik tentang hal ini adalah suatu hadis yang diriwayatkan oleh

enam hadis (kecuali Imam Nasa'i). dalam hadis tersebut diriwayatkan sebagai berikut:

Artinya: *manusia berkata saat itu, "Wahai Rasulullah harga (saat itu) naik, maka tentukanlah harga untuk kami". Rasulullah SAW bersabda:"sesungguhnya Allah adalah penentu harga Ia adalah penahan, pencurah, serta pemberi rezeki. Sesungguhnya aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku dimana salah seorang di antara kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta"*

Nabi tidak menetapkan harga jual, dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan mengakibatkan kezaliman, sedangkan zalim adalah haram. Karena jika harga yang ditetapkan terlalu mahal, makan akan menzalimi pembeli dan jika harga yang ditetapkan terlalu rendah, maka akan menzalimi penjual.

Hukum asal yaitu tidak ada penetapan harga *(al-tas'ir),* dan ini merupakan kesepakatan para ahli fikih. Imam Hambali dan Imam Syafi'i melarang untuk menetapkan harga karena akan menyusahkan masyarakat sedangkan Imam Maliki dan Hanafi memperbolehkan penetapan harga untuk barang-barang sekunder.

Mekanisme penentuan harga dalam Islam sesuai dengan Maqashid al-Syariah, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Seandainya Rasulullah SAW saat itu langsung menetapkan harga, maka akan kontradiktif dengan mekanisme pasar. Akan

tetapi pada situasi tertentu, dengan dalih Maqashid al-Syariah, penentuan harga menajadi suatu keharusan dengan alasan menegakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi harga.

Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dan pembeli dalam mempertahankan barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual.

Akan tetapi apabila para pedagang sudah menaikkan harga diatas batas kewajaran, mereka itu telah berbuat zalim dan sangat membahayakan umat manusia, maka seorang penguasa (Pemerintah) harus ikut campur tangan dalam menangani persoalan tersebut dengan cara menetapkan harga standar. Dengan maksud untuk melindungi hak-hak milik orang lain, mencegah terjadinya penimbunan barang dan menghindari dari kecurangan para pedagang. Inilah yang pernah dilakukan oleh Khalifah Uman bin Khattab.

Ulama Zahariyyah, sebagian ulama Malikiyah, sebagian ulama Syafiiyah, sebagian ulama Hanabilah dan imam Asy-Syaukani mengatakan berdasarkan hadis di atas tersebut menyatakan walaupun kondisi apapun penetapan harga oleh pemerintah tidak dapat dibenarkan, jika dilakukan hukumnya haram. Pematokan harga merupakan suatu kezoloman. Menurut

mereka, baik harga itu melonjak tinggi yang disebabkan oleh tingginya permintaan, maupun ulah spekulan maupun faktor alam, segala bentuk campus tangan pemerintah dalam penetapan harga tidak boleh.

Mazhab Hambali dan Syafi'i menyatakan bahwa negara tidak mempunyai hak untuk menetapkan harga. Jumhur ulama berpendapat penetapan harga oleh pemerintah hukumnya haram berdasarkan hadis riwayat diatas. Namun, Ibnu Taimiyah menolak jumhur ulama yang mengharamkan secara mutlak penetapan harga tersebut. Sejumlah ahli fiqhi Islam mendukung kebijakan pengaturan harga, walaupun baru dilaksanakan dalam situasi genting dan menekankan perlunya kebijakan harga yang adil.

Pada masa kenabian dalam dunia perdagangan Arab menjadi kesepakatan bersama bahwa tinggi rendahnya permintaan terhadap komoditas ditentukan oleh harga yang bersangkutan yang mana jika tersedia sedikit barang maka harga akan mahal dan bila tersedia banyak barang maka harga akan menjadi murah.[16]

F. Penjualan

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dan pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transakasi peningkatan penjualan dapat dikaitkan dengan volume penjualan yang terjadi.

[16] Supriadi Muslimin, *Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam,* Jurnal Of Islamic Econimics, 2(1), 2020, h.6

Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Sehingga volume penjualan merupakan total yang dihasilkan dan penjualan barang. Semakin tinggi penjualan barangperusahaan maka menunjukan tingkat keberhasilan dalam mengembangkan perusahaan dan semakin tinggi laba yang dihasilkan. Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.[17]

Menurut Basu Swastha DH penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha sebagai berikut:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah

a. Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan
b. Harga produk atau jasa
c. Syarat penjualan, seperti pembayaran dan pengiriman

[17] Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi 5* (Yogyakarta: Aditya Media, 2005), h. 239

2. Kondisi Pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni:

a. Jenis pasar
b. Kelompok pembeli
c. Daya beli
d. Frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya

3. Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk memperbesar usahanya. Modal perusahaan dalam penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapat target penjualan yang dianggarkan, misalnya dalam menyelenggarakan stok produk dan dalam melaksanakan kegiatan penjualan memerlukan usaha seperti alah transportasi, tempat untuk menjual, usaha promosi dan sebagainya.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan.[18]

[18] Irawan dan B, Swastha, Asas-asas Marketing. (Yogyakarta:Liberty, 2005), h. 57

G. Konsep Pemasaran

Hamel dan Prahalad, yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal yang penting mereka berdua mendefinisikan strategi yang terjemahannya seperti berikut ini: "Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian , strategi hampir selalu dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaaan perlu mencari inti didalam bisnis yang dilakukan.[19]

Pemasaran secara definisi adalah kegiatan pemenuhan kebutuhan manusia dan sosial, definisi lainnya kegiatan pemasaran adalah proses social dan manajerial dari konsumen untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan pihak penjual.[20]

Keberhasilan perusahaan di bidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, dan promosi yang efektif. Empat kebijaksanaan pemasaran yang sering disebut konsep 4P atau bauran pemasaran

[19]Sirodhontoro, *Kiat Sukses Berwirausaha*, (Yogyakarta: Adicitakaryanusa, 2005), h.25

[20]Alexander Wirapraja,Dkk,*Manajemen Pemasaran Perusahaan*(Jakarta: Yayasan Kita Menulis,2021), h.1

(marketing mix) tersebut adalah Produk (Product), Harga (Price), Saluran Distribusi atau Tempat (Place), dan Promosi (Promotion). Untuk mencapai tujuan pemasaran keempat unsur tersebut harus saling mendukung, sehingga keberhasilan di bidang pemasaran di ikuti oleh kepuasan konsumen.

H. Bisnis Syariah

Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan *(profit),* mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial dan tanggung jawab sosial. Bisnis syariah adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dengan cara memperoleh dan penyalagunaan hartanya (atas aturan halal dan haram), sesuai dengan hukum *syar'i* guna meningkatkan kesejahteraan dan kemaslahatan umat manusia.[21]

Al-Qur'an adalah sumber utama bagi hukum bisnis syariah karena di dalamnya banyak ditemukan hal-hal yang berkaitan permasalahan bisnis dan hukum-hukumnya.

ثُمَّ جَعَلْنٰكَ عَلٰى شَرِيْعَةٍ مِّنَ الْاَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ اَهْوَاۤءَ الَّذِيْنَ لَا يَعْلَمُوْنَ

Artinya: "*kemudian kami jadikan engkau (Muhammad) mengikuti syariat (peraturan) dari agama itu, maka ikutilah (syariat itu) dan*

[21] Ika Yulia Fauzia, Etika Bisnis dalam Islam, (Jakarta:Interpatama Mandiri, 2013), h.3

janganlah engkau ikuti keinginan orang-orang yang tidak mengetahui."

Pada prinsipnya, harta yang halal dan berkah niscaya akan menjadi harapan bagi pelaku bisnis muslim. Karena dengan kehalalan dan keberkahan itulah yang akan mengantar manusia ke gerbang kebahagian dan kesejahteraan di dunia dan di akhirat. Akan tetapi, untuk mendapatkan keberkahan dalam berbisnis tersebut seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip bisnis yang telah digariskan dalam Islam antara lain:

1. Prinsip Tauhid

Landasan utama yang ada dalam syariat, dimana setiap aktivitas manusia harus di dasarkan pada nilai-nilai tauhid. Artinya dalam setiap aktivitas harus dilandasi dengan nilai-nilai ibadah yaitu QS. Al-Baqarah ayat 21-22:

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوْا رَبَّكُمُ الَّذِيْ خَلَقَكُمْ وَالَّذِيْنَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُوْنَۙ

الَّذِيْ جَعَلَ لَكُمُ الْاَرْضَ فِرَاشًا وَّالسَّمَاۤءَ بِنَاۤءً ّۖوَّاَنْزَلَ مِنَ السَّمَاۤءِ مَاۤءً فَاَخْرَجَ بِهٖ مِنَ الثَّمَرٰتِ رِزْقًا لَّكُمْ ۚفَلَا تَجْعَلُوْا لِلّٰهِ اَنْدَادًا وَّاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Artinya: *wahai manusia! Sembahlah Tuhanmu yang telah menciptakan kamu dan orang-orang yang sebelum kamu, agar kamu bertakwa. (Dialah) yang menjadikan bumi sebagai hamparan bagimu dan langit sebagai atap, dan Dialah yang menurunkan air (hujan) dari langit, lalu Dia hasilkan dengan (hujan) itu buah-buahan sebagai rezeki unutkmu. Karena itu janganlah kamu mengadakan tandingan-tandingan bagi Allah, padahal kamu mengetahui.*

2. Prinsip Kebolehan

Konsep halal dan haram tidak saja pada barang dan jasa yang dihasilkan dari sebuah usaha. Tetapi juga proses menadapatkannya, artinya barang atau jasa yang diperoleh harus dilakukan dengan cara-cara yang dibenarkan oleh syariah Islam yaitu dalam QS. Al-Baqarah ayat 172:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا كُلُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا رَزَقْنٰكُمْ وَاشْكُرُوْا لِلّٰهِ اِنْ كُنْتُمْ اِيَّاهُ تَعْبُدُوْنَ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.*

3. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan merupakan nilai dasar, etika aksimatik dan prinsip bisnis yang bermuara pada satu tujuan, yaitu menghindari kedzaliman dengan tidak memakan harta sesama dengan cara yang bathil. Sebab pada dasarnua hukum asal dalam melakukan perjanjian adalah keadilan jangan sampai transaksi syariah memuat suatu yang diharamkan hukum, seperti riba, gharar, judi, dll. Sebagaimana dalam hadist dari Abu Hurairah ia Nabi SAW berkata yang artinya:

Artinya : *"Rasullaullah shallallahu "alaihi wa sallam melarang dari jual beli hashoh (hasillemparan krikil, itulah yang dibeli)*

dan melarang dari jual beli gharar (mengandung unsur ketidak jelasan)". (HR. Muslim No. 1513)

4. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan dalam Islam adalah kebebasan yang terbatas, terkendali dan terkait dengan keadilan yang diwajibkan Allah SWT. Hal ini disebabkan manusia dalam bermuamalah selalu memiliki tabiat yang buruk dan kontradiktif dengan ketentuan yang dibuat oleh Allah. Yang terdapat dalam Q.S surah Al-Insan ayat 3 yang berbunyi:

اِنَّا هَدَيْنٰهُ السَّبِيْلَ اِمَّا شَاكِرًا وَّاِمَّا كَفُوْرًا

Artinya: *"Sungguh, Kami telah menunjukkan kepadanya jalan yang lurus ada yang bersyukur dan ada pula yang kufur"*

Allah telah menunjukkan kepadanya jalan kebenarandan kebatilan, kebaikan dan keburukan, kejujuran dan kedustaan. Diantara manusia ada yang menempuh jalan yang lurus, sehingga dia menjadi orang yang bersyukur dan ada pula yang menempuh jalan yang bengkok, sehingga dia menjadi orang yang kafir.[22]

5. Prinsip Pertanggungjawaban

Islam mengajarkan bahwa semua perbuatan manusia akan dimintai pertanggungjawabannya di akhirat untuk memenuhi tuntunan

[22] Yusanto Karabet, Menggagas Bisnis Islami, (Jakarta: Gema Insani 2002), h.32

keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya, termasuk dalam hal ini adalah kegiatan bisnis.

مَنْ يَّشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَّكُنْ لَّهٗ نَصِيْبٌ مِّنْهَا ۚوَمَنْ يَّشْفَعْ شَفَاعَةً سَيِّئَةً يَّكُنْ لَّهٗ كِفْلٌ مِّنْهَا ۗوَكَانَ اللّٰهُ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيْتًا

Artinya: *Barangsiapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang baik, niscaya dia akan memperoleh bagian dari (pahala)nya. Dan barangsiapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang buruk, niscaya dia akan memikul bagian dari (dosa)nya. Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.*

6. Prinsip Kebenaran, Kebijakan dan Kejujuran

Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan aturan Islam. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan prilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari/memperoleh komiditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih/menetapkan margin keuntungan (laba). Adapun ayat yang memerintahkan pelaku bisnis dalam berbisnis melakukan transaksi secara benar dan jujur yaitu:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اتَّقُوا اللّٰهَ وَكُوْنُوْا مَعَ الصّٰدِقِيْنَ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah, dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar.*

Jujur adalah suatu kebaikan, sedangkan menipu adalah suatu kejelekan. Yang namanya kebaikan pasti selalu mendatangkan ketenangan, sebaiknya kejelekan selalu membawa kegelisahan dalam jiwa.

7. Prinsip Kemanfaatan

Penerapan prinsip kemanfaatan dalam kegiatan bisnis sangat berkaitan dengan objek transaksi bisnis. Objek tersebut tidak hanya berlabel halal, tapi juga memberikan manfaat bagi konsumen. Hal ini berkaitan dengan penggunaan objek setelah adanya transaksi. Objek yang memenuhi kriteria halal apabila digunakan untuk hal-hal yang dapat menimbulkan kerusakan, maka hal ini pun dilarang.

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا ۖوَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya: *Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.*

I. Ayam Petelur

Ayam petelur adalah ayam yang akan dimanfaatkan telurnya untuk usatu usaha dan memenuhi kriteria untuk dijadikan alat produksi yang mampu bertelur banyak. Karakteristik ayam petelur adalah tingkah laku lincah, cepat dewasa kelamin, mudah terkejut, badan relatif kecil dan

lansing. Beberapa strain ayam petelur pernah berada di indonesia antara lain : *Cobb, Hysex Brown, Shaver Starcross, Babcock dan Ross Brown.*

Telur merupakan bahan pangan yang sempurna, karena mengandung zat-za t gizi yang lengkap bagi pertumbuhan makhluk hidup. Keunggulan telur sebagai produk peternakan yang kaya gizi dan juga mempunyai kendala termasuk bahan pahan yang mudah rusak. Kerusakannya dapat berupa kerusakan fisik, kimia, dan kerusakan yang disebabkan oleh serangan mikroba melalui pori-pori kerabang telur.

Kualitas merupakan ciri-ciri dari suatu produk yang menentukan derajat kesempurnaan yang akan mempengaruhi penerimaan konsumen. Artinya semakin tinggi nilai kualitas suatu produk maka respon penerimaan konsumen terhadap produk tersebut semakin baik. Kualitas telur dapat dilihat secara eksternal dan internal. Kualitas eksternal telur difokuskan pada bobot tyelur, indeks telur, tebal kerabang. Sedangkan kualitas internal telur difokuskan pada warna kuning telur dan Haugh Unit.

Selain itu North dan Bell, menjelaskan bahwa komposisi fisik dan kualitas telur dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya bangsa ayam, umur, musim, penyakit dan lingkungan, pakan yang diberikan serta sistem pemeliharaan.

Ayam ras petelur adalah ayam yang mempuyai kemampuan untuk memproduksi telur yang baik dan efesien dalam penggunaan ransum. Ciri ayam ras petelur adalah mempunyai badan yang relatif lebih kecil, aktif bergerak, mudah terkejut, cepat dewasa, sedikit atau hampir tidak ada sifat

mengeram, umumnya mempunyai kaki tidak berbulu dan pada kuping telinga berwarna putih.

Aspek teknis tatalaksana ayam petelur sangatlah penting sehingga harus benar- diperhatikan. Karena sangat menentukan keberhasilan suatu usha peternakan yang meliputi :

1. Bibit

Kualitas bibit merupakan syarat merupakan peranan sangat penting pada langkah pertama dalam usha peternakan ayam petelur. DOC yang digunakan merupakan titik awal kegiatan peternakan. Bibit harus dipilih dari induk sehat, bulu tampak halus, tidak terdapat cacat pada tubuh, nafsu makan yang baik, ukuran badan normal antara 35-45 gram, tidak ada lekatan tinja pada dubur, baik produksi dan daya tahan terhadap penyakit

2. Makan dan Minum

Makan adalah bahan makanan hewani dan nabati. Pemberian pakan ternak tidak perlu berlebihan yang terpenting pakan tersebut memiliki zat-zat gizi yang dibutuhkan dan ekonomis. Biaya pakan memrupakan biaya yang paling besar dalam suatu usaha peternakan. Untuk menghasilkkan keuntungan yang optimal ada beberapa faktor dalam pemberian pakan :

a. Pengetahuan zat pakan yang tersedia.
b. Besarnya kebutuhan ternak akan zat pakan.

Dua hal ini akan menjamin pembelian pakan yang tepat dan efesien agar menghasilkan keuntungan yang baik.

Besarnya jumlah pemberian pakan disesuaikan dengan kebutuhan tiap jenis ayam, umur dan tingkat produksi. Jumlah yang diberikan pada periode pertumbuhan untuk tipe ringan, medium dan berat sebanyak 7%-8%, 10% dan 20% dari besarnya konsumsi secara penuh. Pemberian pakan harus diatur pada jam-jam yang telah ditentukan, sedangkan pemberian air minum harus selalu tersedia disamping pakan, unggas membutuhkan air bersih setiap saat.

Air yang kotor karena pencemaran kuman patogen yang cukup tinggi merupakan sumber pendukung berbagai macam penyakit pencernaan. Pemberian air harus selektif agar tidak terpapar penyakit, dan ayam dalam kandang harus mudah untuk menjangkau air minum yang dibutuhkan. Air sanagat penting karena berfungsi sebagai pengatur tubuh dan metabolism, untuk mengeluarkan zat-zat yang tidak berguna, dan membawa zat-zat makanan ke seluruh tubuh dan membantu proses pencernaan.

3. Perkandangan

Kandang merupakan salah satu bagian dari sistem pemeliharaan ternak unggas yang sangat penting untuk diperhatikan karena fungsi utama dari kandang adalah memberikan kenyamanan dan melindungi ternak dari panasnya matahari. Arah kandang yang baik membujur dari barat ke timur atau sebaliknya yang sejalan dengan

peredaran sinar matahari. Populasi ayam yang dipelihara dalam jumlah besar memerlukan kandang yang banayak dan dalam penempatan kandang yang tersedia.

Kontruksi kandang untuk kandang ayam meliputi : ventilasi, dinding kandang, lantai, atap dan bahan bangunan kandang. Ventilasi adalah jalan keluar masuknya udara segar dari luar menggantikan udara kotor dikandang. Ventilasi juga berfungsi mengatur kondisi suhu dan kelembaban di dalam kandang. Fungsi dinding kandang dibedakan atas dinding terbuka dan tertutup. Didinding terbuka menggunakan bilah-bilah bambu, kayu atau semacam anyaman kawat dan dinding terbuka sebagai ventilasi udara tersebut.

4. Biaya

Biaya produksi adalah penegeluaran yang harus dikeluarkan oleh produsen untuk memperoleh faktor produksi dan penunjang lainnya yang digunakan agar produk tertentu yang telah direncanakan tercapai dengan semestinya. Biaya produksi peternakan ayam petelur merupakan komponen yang penting untuk menetapkan harga pokok yang nantinya akan digunakan dalam penentuan harga jual. Biaya produksi dapat dibagi menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap.

5. Harga Telur

Harga terbentuk dari permintaan dan penawaran itu bertemu. Peternak dalam hal ini tidak bisa mempengaruhi harga, sehingga

peternak harus menerima atau mengikuti harga telur itu sebagai variabel konstn. Harga output dan harga input secara bersamaan merupakan pegangan bagi produsen untuk menentukan tingkat output yang menghasilkan keuntungan maksimal dan tingkat serta kombinasi penggunaan input yang mempunyai ongkos minimal.

Harga output bisa ditentukan dengan mekanisme harga yaitu proses yang berjalan atas dasar tarik menarik antara konsumen dan produsen yang bertemu di pasar.

6. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual dan membawa barang ke pasar. Dalam artian luas biaya pemasaran meliputi semua biaya baik besar atau kecil tergantung panjang pendeknya jalur pemasaran dan fungsi tata niaga. Biaya pemasaran teridi dari biaya penyimpanan, biaya pengepakan dan biaya transportasi atau pengangkutan. Jumlah biaya yang dikeluarkan merupakan kegiatan yang dilakukan dalam penyaluran barang umumnya tidak dilakukan sendiri, maka lembaga pemasarn yang bersangkutan juga akan memungut biaya jasa dari setiap kegiatan yang dilakukan.

J. Kajian Terdahulu

Tabel 2.1

No	Penulis/ Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rahma Aprilia/ 2021 (Skripsi)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Kelapa Sawit Terhadap Kesejahteraan Petani Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Koto Tinggi Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu	Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi harga kelapa sawit di Desa Koto Tinggi Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu antara lain yaitu keadaan perekonomian, permintaan dan penawaran, biaya dan pengawasan pemerintah. Sedangkan faktor produksi berpengaruh negati terhadap harga daging sapi.
2	Wilda Mulyaningsih / 2019 (Skripsi)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Daging Sapi Domestik di Indonesia	Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah faktor pendapatan perkapita berpengaruh positif terhadap harga daging sapi, faktor konsumsi daging sapi juga berpengaruh

			positif terhadap harga daging sapi,
3	Abbe Aulia/2021 (Skripsi)	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga Daging Sapi Dikota Banda Aceh	Hasil dari penelitian ini adalah variabel produksi daging sapi berpengaruh positif terhadap harga daging sapi. Harga daging ayam berpengaruh positif terhadap harga daging sapi.
4	Aldi Putra/ 2021 (Skripsi)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual Daging Dipasar Batusangkar	Hasil dari penelitian ini adalah yang faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual daging sapi dipasar Batusangkar yaitu, perbedaan dalam mendapatkan harga ternak, tidak semuanya pedagang melakukan pemotongan. Dalam proses pengolahan daging sapi siao jual, terdapat biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pedagang diantaranya, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya administrasi

			pemotongan, biaya sewa kios untuk pedagang yang masih menyewa, biaya retribusi pasar, biaya perlengkapan dan peralatan, biaya listrik dan air.
5	Roby Aulawizam-zami/ 2019 (Skripsi)	Analisis Fakto-faktor Yang Mempengaruhi Harga Beras Di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) Tahun 2015-2017	Hasil dari penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi harga beras di Provinsi Nusa Tenggara Barat yaitu dalam jangka panjang hanya variabel kurs dan harga jagung yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap jagung beras. Sedangkan dalam jangka pendek hanya variabel produksi beras yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga beras.
6	Putu Kania Raihan dan Harmini/ 2023 (Jurnal)	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga Daging Sapi di Jawa Barat	Hasil dari penelitian ini yaitu Pada jangka Panjang, variabel harga daging ayam dan harga daging sapi

			internasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga daging sapi di Jawa Barat. Sementara dalam jangka pendek, harga daging sapi di Jawa Barat secara signifikan dipengaruhi oleh harga daging ayam dengan arah positif, serta dipengaruhi oleh populasi sapi potong dengan arah negatif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang bersifat penjelasan yang ada dan pola pengamatan dengan rentang waktu tertentu menyatakan penelitian deskriptif hanya akan melukiskan keadaan objek atau persoalannya dan tidak dimaksudkan untuk mengambil atau menarik kesimpulan yang berlaku umum. Mengingat sifat dari penelitian ini mempunyai perspektif (emik) artinya data dipaparkan dalam bentuk deskriptif menurut bahasa cara pandang subjek penelitian.[23]

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena- fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Jorong Dalam Kanagarian Taeh Baruah Kecamatan Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota. Diteliti pada tanggal 22 Juni 2023 sampai selesai.

[23]Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Laporan Penelitian,* (Malang: UMM Press, 2004), h. 70.

C. Jenis Sumber Data

Ada dua jenis sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara langsung antara peneliti dan informan dalam penelitian data primer yang mana jawabnya diberikan secara terbuka.[24]

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh oleh atau dikumpulkan melalui buku-buku, browser- browser atau artikel yang berkaitan dengan penelitian atau data yang diperoleh dari instansi terkait langsung dengan penelitian dan sebgainya.[25]

D. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini secara umum bersumber dari penelitian lapangan adapun metode pengumpulan data ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian ini melalui pengamatan dan penginderaan. Observasi dalam penelitian ini adalah melakukan

[24]Sirodhontoro, *Kiat Sukses Berwirausaha,* (Yogyakarta : Adicitakryanusa,2005) h.25

[25]Suharyadi dan Purwantu, *Statistika: Untuk Ekonomi Keuangan Modern,* Jakarta: Salemba Empat, 2011, h.14

pengamatan dilapangan untuk mengetahui kondisi subjektif diseputar lokasi penelitian.[26]

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu baik tulisan, gambar atau karya- karya monumental dari seseorang. Dokumentasi sebagai pelengkap dari observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.[27]

3. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur dan semi struktur, yakni dialog oleh peneliti dengan informan yang mengetahui dengan jelas keadaan/ kondisi usaha ayam petelur tersebut. Dalam penelitian ini peneliti mewawancara pengusaha ayam petelur serta beberapa karyawan yang bekerja di usaha ayam petelur yang berada di Jorong Dalam Koto Nagari Taeh Baruah Kecamatan Lima Puluh Kota.

E. Metode Analisis Data

Analisis data adalah suatu kegiatan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan memberi kode/tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus masalah yang ingin dijawab.

[26]Sirodhontoro, *Kiat Sukses Berwirausaha,* (Yogyakarta : Adicitakryanusa,2005) h.25
[27]Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi,* Bandung: Alfabeta, 2016, h. 167.

Dalam penelitian deskriptif kualitatif, proses analisis data dilakukan secara terus menerus sejak data awal dikumpulkan hingga penelitian berakhir. Penelitian kualitatif ini menggunakan teknik analisis data dilapangan dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Ada tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah kegiatan meringkas atau merangkum, memilah, memilih hal-hal pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting dari data yang diperoleh di lapangan.

2. Analisis Paparan Data

Paparan data dipakai untuk lebih mementingkan pemahaman kasus yang didapatkan dalam penelitian dan sebagai pedoman untuk melakukan tindakan, dan data ditampilkan dalam bentuk paparan atau uraian yang mudahh dipahami berupa grafik, matrik, dan chart. Dalam penyajian data dalam beberapa bentuk tersebut, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Data yang disajikan secara sistematis akan ditampilkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat. Kesimpulan akhir diperoleh

berdasarkan kesimpilan sementara yang telah diverifikasi atau diperiksa kebenarannya. Kesimpulan final ini diharapkan dapat diperoleh setelah pengumpulan data selesai.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kenagarian Taeh Baruah

1. Sejarah Kenagarian Taeh Baruah

Pada tahun 1020 M umumnya masyarakat minangkabau berasal dari kaki Gunung Merapi dan tidak terkecuali masyarakat Nagari Taeh Baruah. Konon ceritanya asal masyarakat taeh Baruah turun dari kaki Gunung Bungsu tepatnya dari kondunag turun ke Baruah membuka kampung Dusun dan Korong. Sewaktu membuka kampung, dusun, koto dan koromg tersebut mereka menemukan kayu besar yang nama batangnya kayu Taeh. Maka dengan sepakat dinamakan ***" Nagari Taeh Baruah".***

Tahun 1100-1400 M dari otonom Niniak Anak Taeh yaitu Rajo Simalanggang Pucuak di Taeh Baruah. Mualim di sungai Beringin, Potti di Piobang serta Guru / Imam di Gurun Lubuak Batingkok mengadakan musyawarah, maka didirikan lah Pokan di Nagari Taeh Baruah, selanjutnya dibangunlah surau – surau untuk tempat Pengajian Agam Islam yang mendalam untuk menjadikan para Ulama – ulama.

Tahun 1401 – 1800M seiring dengan perkembangan penduduknya pun kian bertambah, maka para Niniak Mamak, Codiak Pandai serta Alim ulama mengadakan musyawarah untuk membentuk

suatu sistem Pemerintahan yang dikepalai oleh Tuak Palo (Datuk Kapalo) maka sepakatlah Nagari Taeh baruah menjadi 3 jorong yaitu :

a. Jorong Parit Dalam
b. Jorong Dalam Koto
c. Jorong Kubu Gadang

Serta dibangunlah Rumah gonjong (Balai Adat) yang dijadikan tempat kegiatan seluruh kepentingan masyarakat dalam hal pemerintahan dan adat. Tahun 1801-1900 M sejak dahulu para Niniak Taeh Baruah sudah memeliki adat yang kuat serta Agama Islam yang mendalam terbukti hingga kini peninggalan Budaya Adat masih ada di Nagari Taeh Baruah antara lain :

a. Batu Lasuang
b. Batu Nobat
c. Batu Manggigil
d. Batu Losuang Kucing

Serta peninggalan sejarah agama islam yaitu ***"Kuburan Kramat"*** di Tanjung Lilin Dusun Ekor Koto Jorong Dalam Koto. Selanjutnya Taeh baruah sejak dahulu adalah Pusat Ilmu yaitu Ilmu Adat. Agama dan Masyarakat Taeh Baruah sejak dahulu memiliki indikasi yang tinggi di Bidang Pembangunan Nagari, terbuktinya banyak jalan – jalan setapak penghubung antar dusun di tiap – tiap jorong, juga jalan penghubung antar jorong di Kenagarian Taeh

Baruah, selanjutnya jalan penghubung Nagari Taeh Baruah ke Nagari-nagari tetangga.

Tahun 1901-1945 dengan perlahan- perlahan nagari Taeh Baruah berkembang sesuai dengan situasi dan kondisi daerah juga sifat dan potensi masyarakatnya. Walaupun penjajahan di Indonesia terus berlanjut dan berganti hingga ke Nagari Taeh Baruah juga terkena imbasnya bahkan penjajah jahiliah tersebut berkeinginan masuk ke Nagari Taeh Baruah, namun dengan perkasanya para tokoh- tokoh masyarakat. Alim Ulama juga para Niniak Mamak serta masyarakat menolak masuknya penjajah jahiliah ke Nagari Taeh Baruah dengan mengadakan perlawanan serta membuat parit- parit pertahanan. Pada tahun 1945 tepatnya tanggal 17 Agustus 1945 Indonesia di proklamasikan oleh Bung Karno– Hatta serta seluruh bangsa Indonesia bahwa Indonesia telah merdeka.

Tahun 1946 – 1970 walaupun Negara Indonesia telah merdeka namun pergolakan atau perang saudara banyak terjadi namun masyarakat taeh Baruah tetap bersatu membangun Taeh Baruah disegala bidang namun yang utama adalah bidang pertanian sebagai hasil utama masyarakat Nagari Taeh Baruah.

Tahun 1971-1981 setelah negara Indonesia mengalami perobahan sistim Pemerintahan dari Orde lama kepada Orde baru maka undang– undang Pemerintahan di Sumatera Barat. Sistem pemerintahan di Indonesia disamakan yaitu Pemerintahan terkecil

adalah Pemerintahan Desa maka di Sumatera Barat yang sistem Pemerintahan yang Pemerintahannya Nagari dimekarkan menjadi pemerintahan Desa maka Nagari taeh Baruah dijadikan menjadi 3 pemerintahan Desa yaitu :

a. Desa Parit Dalam
b. Desa Dalam Koto
c. Desa Kubu gadang

Tahun 1982- 1997 walaupun di Nagari Taeh baruah terjadi tiga sistem Pemerintahan yaitu sistem Pemerintahan Desa namun jiwa dan semangat dan tetap bersatu demi kemajuan Taeh Baruah terbukti Balai Adatnya dan KAN tetap satu yaitu Kerapatan Adat Nagari Taeh baruah berkat kerja sama seluruh masyarakat Taeh Baruah pada tahun 1987 Listrik 9 PLN menerangi Nagari Taeh Baruah.

Tahun 1998–2004 terjadinya Reformasi besar- besaran di Negara Indonesia serta jatuhnya sistem Pemerintahan Orde Barau maka sistem Pemerintahan Reformasi bergulir dengan dikukuhkan nya UU No.22 Tahun 1999 serta UU No.25 tahun 1999 tentang otonomi daerqah. Khusunya sistem pemerintahannya di Provinsi Sumatera Barat yang sistem Pemerintahannya akan kembali ke Pemerintahan Nagari. Maka nagari Taeh Baruah yang Pemerintahannya 3 (tiga) Pemerintahannya Desa dilebur kembali menjadi 1 (satu) Pemerintahan Nagari. Maka tahun 2000 di tunjukkanlah seorang penjabat sementara

Wali Nagari untuk memimpin nagari Taeh Baruah dalam masa transisi. Pada tahun 2001 LAN dan BPAN serta Pemerintahan sementara Nagari mengadakan Pemilihan Wali Nagari maka terpilih seorang Wali Nagari pilihan masyarakat untuk menjadi Wali Nagari Taeh Baruah yang Defenitif.

Bapak Wali Nagari beserta seluruh komponen masyarakat bekerja sama untuk membangun Nagari Taeh Baruah demi mencapai Visi dan Misi Nagri Taeh Baruah yang telah dirancang oleh masyarakat. Taeh Baruah mudah- mudahan niat yang tulus dapat diperkenankan oleh yang Maha Kuasa.

2. Kondisi Geografis

Berdasarkan letak geografis wilayah nagari Taeh baruah antara 480°C-510°C diatas Permukaan Laut, dengan batas– batas sebagai berikut :

a. Sebelah Utara berbatas dengan Nagari Taeh Bukik
b. Sebelah Selatan berbatas dengan Nagari Koto Baru dan Guguak
c. Sebelah Timur berbatas dengan Nagari Koto Tangah Simalanggang
d. Sebelah Barat berbatas dengan Nagari Mungka dan Nagari Guguak

3. Kondisi Topografi

Secara Topografi, nagari Taeh Baruah terdiri wilayah. Luas lahan yang ada terbagi dalam beberapa peruntukan, dapat dikelompokkan seperti untuk fasilitas umum, pemukiman, pertanian, dengan luas wilayah terbagi 3 peruntukan yang terdiri dari :

a. Luas Lahan Pertanian dan Perkebunan 1422 Ha
b. Luas lahan Pemukiman Masyarakat 592 Ha
c. Luas Lahan Penggunaan Lainnya 352 Ha

Maka jumlah luas wilayah Nagari Taeh Baruah keseluruhan 2370 Ha. Secara Administrasi wilayah Nagari Taeh Baruah terdiri dari 6 Jorong sebagai berikut :

a. Jorong Parit Dalam
b. Jorong Koto Kaciak
c. Jorong Dalam Koto
d. Jorong Padang Parit Panjang
e. Jorong Koto Puji
f. Jorong Kubu Gadang

4. Iklim

Nagari Taeh Baruah termasuk daerah tropis dengan suhu rata – rata 25-32°C dengan curah hujan rata-rata 2000 mm/tahun.

5. Demografi

Berdasarkan Data Administrasi Pemerintahan Nagari, jumlah penduduk yang tercatat secara administrasi, berjumlah 9.214 Jiwa tahun 2015 meningkat menjadi 9.789 di tahun 2016 dan pada tahun 2017 naik menjadi 9.958 dan pada akhir tahun 2018 jumlah penduduk naik menjadi 10.163 jiwa pada tahun 2019 jumlah naik menjadi 10.367 jiwa dan pada tahun 2020 jumlah penduduk nagari Taeh Baruah berjumlah 10.577 jiwa.

Adapun rincian penduduk berjenis secara rinci dapar dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4.1

Perkembangan Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Penduduk Jiwa		
		2016	2017	2018
1	Laki-laki	4.600	4.863	4.998
2	Perempuan	4.614	4.926	5.165

B. Gambaran Umum Peternak Ayam Petelur

1. Sejarah Ayam Petelur di Jorong Dalam Koto

Salah satu sentra produksi utama telur ayam ras di Sumatera Barat berada di Kabupaten Lima Puluh Kota. Kabupaten Lima Puluh Kota memiliki 13 Kecamatan salah satunya adalah Kecamatan Payakumbuh. Nagari Taeh Baruah merupakan salah satu nagari yang

berada di kecamatan Payakumbuah. Nagari Taeh Baruah memiliki 6 jorong yaitu Jorong Kubu Gadang, Koto Puji, Dalam Koto, Koto Kaciak, Padang Parit Panjang.

Jorong Dalam Koto memiliki 3 usaha peternakan ayam petelur yang dikembangkan dengan skala usaha yang berbeda-beda. 3 Usaha peternakan ayam petelur di Jorong Dalam Koto ini yaitu, ayam petelur Uda Pipin, Haji Is Klason, dan Oji Emi. 3 pengusaha ini merintis usaha ayam petelur ini dengan waktu yang berbeda-beda. Uda Pipin mulai merintis usaha ini pada tahun 2019. Pada awal membuka usaha peternakan ini uda Pipin mempunyai 7 kandang yang berisi ± 10.000 ayam. Sedangkan Oji Emi mulai merintis usaha peternakan ini pada tahun 1985 yang memiliki 5 kandang yang berisi 3.500 ayam. Dan Haji Is Klason mulai merintis usaha ini pada tahun 2017 dengan kandangan yang dimiliki sebanyak 7 kandang dan berisi ± 9.000 ayam.

Berdasarkan hasil survey awal bibit ayam ras petelur yang digunakan adalah Strain Isa Brown tipe medium. Produksi telur saat ini yang di hasilkan mencapai 80% dari banyak ayam yang dimiliki. Peternakan ini biasanya memasarkan telur ayam ras untuk daerah di sekitar Payakumbuh, Kabupaten Lima Puluh Kota, dan juga ada pengecer yang membeli telur ayam dari peternakan Uda Pipin, Haji Is Klason, dan Oji Emi ini yang dibawa ke daerah Jambi, Pekanbaru.

Aspek teknis yang harus diperhatikan yaitu, pemilihan bibit (Day Old Chicken) DOC, pemilihan pakan yang berkualitas, model

kandang yang sesuai agar ayam ras petelur merasa nyaman yang dapat mempengaruhi hasil dari telur ayam petelur, tata laksana pemeliharaan yang benar, pencegahan penyakit yang akan mengganggu kesehatan ternak ayam dan teknik pemasaran yang akan membantu dalam pemasaran ayam petelur tersebut. Aspek teknis dalam pemeliharaan ayam ras petelur ini perlu diperhatikan, karena aspek teknik yang baik dapat membantu mempermudah dalam pemeliharaan ayam ras petelur.

2. Visi Dan Misi Dari Usaha Ternak Ayam Petelur

a. Visi

Menjadi usaha yang berkembang di dalam sektor peternakan yang profesional, tangguh, efisien, jujur, berteknologi dan berusaha semaximal mungkin memberikan kualitas yang terbaik bagi masyarakat.

b. Misi

1) Meningkatkan ketersediaan bahan pangan asal ternak untuk memenuhi kebutuhan dan kecukupan gizi masyarakat menuju kecukupan gizi protein hewani.
2) Membangun sistem kelembagaan usaha tani ternak yang tanggih dan mampu menjalin pola kemitraan guna pengembangan peternakan dalam pemasaran produk unggulan serta melestarikan komoditi dan populasi ternak daerah.
3) Menggunakan teknologi tepat guna yang berwawasan ramah lingkungan didukung dengan pembinaan berkelanjutan.

3. Tujuan Dan Sasaran Dari Usaha Ternak Ayam Petelur

Berikut tujuan dan sasaran dari usaha ternak ayam petelur:

a. Tujuan

1) Meningkatkan ketersediaan bahan pangan
2) Menjalin kemitraan antara para peternak daerah
3) Menerapkan cara beternak yang menjaga kelestarian lingkungan

b. Sasaran

1) Meningkatkan penjualan guna memenuhi kebutuhan bahan pangan
2) Memperluas koneksi untuk terciptanya kelancaran dalam usaha
3) Menata dan mengembangkan usaha ternak ayam petelur menengah kebawah untuk bisa lebih maju kedepannya dan juga ramah lingkungan

C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Telur Ayam

Untuk melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat penjualan Telur Ayam Di Jorong Dalam Koto. Peneliti menganalisis beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan yaitu: kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal dan kondisi organisasi peternakan.

Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian penulis akan mengemukakan hasil analisis data sebagai berikut:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kondisi dan kemampuan penjual terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yaitu lokasi, cara pembayaran dan promosi.

"Untuk lokasi peternakan ini bisa dikatakan sudah bagus, baik dari segi kandang, maupun letaknya, seperti yang dilihat dari lokasi peternakan ini walaupun letak peternakan saya dekat dari pemukiman masyarakat, tetapi alhamdulillah tidak mengganggu kenyamanan masyarakat, berbeda dengan ayam (broiler) atau ayam potong karena jika peternakan nya berada di sekitar pemukiman masyarakat itu akan mendapat mengganggu kenyamanan masyarakat Jorong Dalam Koto. Karena kotoran ayam potong berbeda dengan kotoran ayam ras petelur dari segi aroma nya, kotoran ayam potong sangat menyengat sedangkan kotoran ayam ras petelur tidak terlalu menyengat jadi secara tidak langsung dapat dikatakan kotoran ayam ras petelur tidak menggangu kenyamanan masyarakat."

Dari pernyataan Haji Is Klason diatas dapat disimpulkan bahwa untuk lokasi peternakan ini sudah cukup bagus, dilihat dari letak peternakan ini yang meskipun berada di sekitar pemukiman masyarakat tetapi tidak mengganggu kenyamanan masyarakat.

Sedangkan untuk Pembayaran di Peternakan ini bisa dibayar secara langsung dan bisa melalui transfer. Hal ini juga mempermudahkan peternak dan juga para agen dalam transaksi jual

beli telur tersebut. Dan untuk promosi disetiap peternak di Jorong Dalam Koto ini tidak ada promosi yang menggunakan media atau pamflet. Di Jorong Dalam Koto ini bisa dikatakan hanya dari mulut ke mulut.

2. Kondisi Pasar

Pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli, atau dengan kata lain tempat transaksi antara pihak penjual dan pihak pembeli, sebagai tempat tujuan utama pihak penjual untuk menawarkan produknya ke pihak pembeli.

Setelah penulis melakukan wawancara dengan para peternakan dapat disimpulkan bahwa para peternak ayam ras petelur ini tidak melakukan penjualan secara langsung ke pasar. Telur dipeternakan ini diambil langsung oleh agen-agen untuk dijualkan kembali diberbagai wilayah.

Jadi dapat dikatakan bahwa kondisi pasar tidak terlalu berpengaruh terhadap penjualan telur ayam di Jorong Dalam Koto.

3. Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangannya ditempatkan atau untuk memperbesar usahanya.

Modal yang digunakan dalam peternakan ini merupakan modal pribadi. Yang mana modal diawal yang digunakan yaitu untuk

pembuatan kandang, pembelian bibit hingga pakan ayam ras petelur dan dana-dana tidak terduga lainnya.

Setelah dilakukan wawancara modal ini sangat berpengaruh untuk tingkat penjualan terhadap ayam maupun telur tersebut.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang- orang yang ahli dibidang penjualan. Sedangkan setelah melakukan wawancara dengan para peternak dapat peneliti simpulkan bahwa dipeternakan di jorong Dalam Koto ini merupakan peternakan milik pribadi, dan tidak ada bersangkutpautnya dengan PT ataupun CV dikarenakan peternakan milik pribadi. Jadi dapat disimpulkan bahwa kondisi organisasi tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan telur ayam di Jorong Dalam Koto.

D. Faktor Penentuan Harga Jual Telur Ayam

Ayam petelur merupakan salah satu sumber protein hewani yang murah dan mudah yang didapatkan oleh masyarakat indonesia. Telur banyak digemari masyarakat karena kandungan nutrisi lengkap dan mengandung hampir semua zat gizi yang diperlukan tubuh serta harga yang terjangkau. Telur yang dikonsumsi oleh masyarakat umumnya berasal dari beberapa jenis unggas seperti : ayam bebek, angsa. Telur ayam beras merupakan salah satu bahan makanan yang bernilai gizi tinggi karena mengandung zat-zat makanan yan dibutuhkan oleh tubuh manusia.

Telur memiliki kelemahan yaitu sifatnya cepat rusak, baik berupa kerusakan fisik maupun kerusakan kimia. Dengan bertambahnya umur telur, telur mengalami penurunan kualitas. Menurut Haryono, penururnan kualitas telur antara lain masuknya mikroba- mikroba perusak kedalam isi telur melalui pori- pori kerabang telur, menguatnya air dan gas karena pengaruh suhu lingkungan. Ruang penyimpanan yang lembab akan menyebabkan kerabang berjamur.

Salah satu cara untuk mencegah penurunan kualitas telur diperlukan upaya diverfisikasi produk ternak untuk mempertahankan mutu telur ayam ras, salah satunya melakukan perendaman. Perendamam telur segar dilakukan dengan cara merendam dengan larutan penyamak nabati yang mengandung tanin. Salah satu bahan alternatif yang digunakan untuk perendaman telur adalah dengan menggunakan larutan daun salam. Semakin bagus kualitas telur maka akan semakin baik penjualan dan harga dari telur tersebut juga bisa naik.

Harga merupakan faktor yang sangat penting dalam perekonomian, khususnya dalam dunia pasar. Harga merupakan suatu tolak ukur untuk menghasilkan laba atau keuntungan bagi pengusaha. Penetapan harga menjadi sangat penting mengingat harga merupakan salah satu faktor penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Kekeliruan dalam menetapkan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan mengakibatkan tidak lakunya produk tersebut. Penetapan

harga telur ayam dipasar telah ditetapkan oleh mekanisme pasar bebas atau bertemunya kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran.

Dalam menetapkan harga pedagang juga memperhitungkan biaya-biaya dasar dalam membeli telur ayam kepada produsen seperti biaya pakan, biaya transportasi, biaya pengobatan (*antibiotik*). Karena harga dalam penjualan telur ayam dari peternak ke agen telah memiliki standar harga sebesar Rp.1.450 perbutir**.**

Ketika musim hujan produksi telur akan berkurang tetapi harga jual telur ayam dari peternak ke agen tidak ada perubahan. Biasa nya harga telur akan berubah setelah dipasarkan.

Dalam penetapan harga telur para peternak tidak bisa menaikkan harga sesuka hatinya saja, walaupun harga telur dipasaran naik. Di nagari Dalam koto para peternak ayam petelur memberikan harga yang sama, karena dalam segi kualitas telur pun sama dan ayam yang diternakkan juga sama yaitu ayam petelur. Seperti yang dijelaskan Uda Pipin:

> *"Kami para peternak disini tidak bisa menetapkan harga sesuai kemauan kami. Harga yang kami berikan kepada agen semua nya sama, karena jika kami membeda-bedakan, ditakutkan nanti telur ayam yang terlalu tinggi harganya tidak akan laku atau mempengaruh kepada penjualan kami. "*

Hal diatas juga disampaikan para peternak lainnya. Untuk penetapan harga telur ayam ini tidak ada yang yang bersaing atau saling menjatuhkan terhadap harga penjualan tersebut.

Dalam penetapan harga kami hanya melihat dari permintaan dan penawaran dipasaran, jika permintaan meningkat maka harga telur juga akan naik, dan begitu sebaliknya, hal lain yang mempengaruhi penetapan harga selanjutnya yaitu biaya produksi, seperti biaya pakan, biaya transportasi, biaya antibiotik, dan biaya-biaya yang tidak terduga lain.

Ada beberapa jenis telur ayam yang ada di peternakan di Jorong Dalam Koto ini seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Jenis-jenis Telur Ayam di Jorong Dalam Koto

No	Jenis Telur Ayam	Harga Jual
1.	Telur Ayam Gadih	± 1.300
2.	Telur Ayam Remban	± 1.450
3	Telur Ayam Super	± 1.750

Sumber: Hasil wawancara dengan Uda Pipin, Oji Emi dan Haji Isklason 2023

Ada beberapa jenis telur ayam dipeternakan tersebut yaitu :

1. Telur ayam gadih ialah telur ayam yang merupakan hasil pertama ayam dalam tahap proding yang berjalan ± 4 bulan. Hasil dari telur tersebut kebanyakan jarang para peternak memperjual belikan, dikarenakan kualitas telur tersebut tidak semuanya bagus.
2. Telur ayam remban ialah telur ayam yang merupakan hasil kedua sesudah telur ayam gadih yang berjalan ± 4 bulan – 1.5 tahun. Dan telur remban inilah yang sangat banyak diminati para konsumen dikarenakan

kualitas telur ayam tersebut bagus, bagus yang dikategorikan cangkang yang merah dan tebal, sedangkan kuning telurnya pekat dan besar.

3. Telur ayam super ialah telur ayam yang merupakan sortiran dari telur gadih dan remban dan tidak ditentukan jangka waktunya sampai ± 2 tahun.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan para peternak Ayam Petelur di Jorong Dalam Koto dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan telur ayam di Jorong Dalam Koto Nagari Taeh Baruah Kecamatan Payakumbuah Kabupten 50 Kota adalah Kondisi dan Kemampuan Penjual dan Modal, sedangkan untuk kondisi pasar dan kondisi organisasi perusahaan tidak berpengaruh untuk tingkat penjualan telur ayam di Jorong Dalam Koto tersebut.
2. Penentuan Harga Jual Telur Ayam di Jorong Dalam Koto Nagari Taeh Baruah Kecamatan Payakumbuah Kabupten 50 Kota ini ditetapkan oleh mekanisme pasar bebas atau bertemunya kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran, dengan memiliki standar harga yang berlaku dipasaran.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hal-hal yang harus diperhatikan dalam meningkatkan penjualan dan penetapan harga jual Telur Ayam Petelur di Jorong Dalam Koto yaitu:

1. Sebaiknya para peternak melakukan promosi melalui media sosial dan lebih meningkatkan lagi promosi terhadap telur ayam ini agar penjualan semakin meningkat.
2. Dalam penetapan harga di harapkan tidak ada yang dirugikan baik peternak, para agen ataupun pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Jamal, Muhammad abdul Mu'in. 1992. *Ensiclopedia Ekonomi Islam Jilid 2.* (Malaysia Kuala Lumpur: PT Dewan bahasa dan Pustaka Kementrian Pendidikan).

Ali, Helmi dan Dkk. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Ternak Ayam Petelur di Kabupaten Lima Puluh Kota,* Seminar Nasional Pembangunan Pertanian dan Pedesaan, vol.1, h. 120

Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Dan Pemasaran Jasa.* (Bandung : Alfabeta). hal. 169

Amalia, Euis. 2013. Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil dalam Perspektif Ekonomi Islam, *AL-IQTISHAD*. 5(1). h.6

Djaelani, Muhammad Anwar. 2016. *Kualitas Telur Ras (Gallus L) Setelah Setelah Penyimpanan yang dilakukan Pencelupan pada Air Mendidih dan Air Kapur Sebelum Penyimpanan.* Buletin Anatomi dan Fisiologi. 24(1).h.122

Fahmi, Irham. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikas. 260.*

Fauzia, Ika Yulia. 2013. Etika Bisnis dalam Islam. (Jakarta:Interpatama Mandiri)

Fuad, dkk. 2006. *Pengantar Bisni.* (Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama). h. 128-130

Gerung, Christy Jacklin, Janjte Sepang dan Sjendry Loindong. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado Jurnal EMBA Vol 5 No 2.

Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Laporan Penelitia.* (Malang: UMM Press). h. 70.

I, Zevi. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran DAlam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri*. Ekonomi Syaraih Universitas Islam Syarif Hidayahtullah. Jakarta

Karabet, Yusanto. 2002. Menggagas Bisnis Islami. (Jakarta: Gema Insani)

Kasmir. 2014. Kewirausahaan. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)

Manan, Abdul. 1997. *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*. (Yogyakarta;), hal 153

Mujahidin, Akhmad. 2007. *Etika Isla.,* (Jakarta: PT Raja Grapindo Persada,), hal.2

Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya Edisi 5* (Yogyakarta: Aditya Media), h. 239

Muslimin, Supriadi. 2020. Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Of Islamic Econimic.,* 2(1). h.6

Rosyidin, C; Sumarji; Daroini A. 2019. *Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras di Kabupaten Kediri*. Universitas Islam Kediri. *Jurnal Imiah Fillia Cendekia* : 43

Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi* (Bandung : PT Refika Aditama). 109.

Solihin, Ahmad Ifham. 2010. *Buku Pintar Ekonomi Syaria.,* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama) hal.621

Sirodhantoro. 2005. *Kiat Sukses Berwirausaha,* (Yogyakarta: Adicitakaryanusa)

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administras.* Bandung: Alfabeta. h. 167

Suharyadi dan Purwantu. 2011. *Statistika: Untuk Ekonomi Keuangan Modern.* Jakarta: Salemba Empat. h.14

Swastha, Basu DH dan Irawan. 2003. Manajemen Pemasaran Modern. (Yogyakarta: Liberty) 190

Swastha, B dan Irawan. 2005. Asas-asas Marketing (Yogyakarta: Liberty)

Umar, Husain. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik.* (Jakarta: Rajawali Press) 86.

Wirapraja, Alexander, Dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran Perusahaan.*(Jakarta: Yayasan Kita Menulis). h.I

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

FAKTOR –FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT HARGA JUAL TELUR AYAM DALAM TINJAUAN BISNIS SYARIAH (Studi Kasus Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah, Kecamatan Payakumbuah, Kabupaten Lima Puluh Kota)

Narasumber	Indikator	Pertanyaan
	Sejarah	1. Bagaimana sejarah awal pendirian peternakan ayam petelur ini? 2. Sudah sejak kapan bapak/ibu memulai usaha usaha peternakan ayam petelur ini? 3. Apa alasan bapak memilih untuk membuka usaha peternakan ayam ras petelur, dibandingkan dengan usaha lainnya?
	Aspek keuangan	1. Berapa modal awal yang bapak/ibu keluarkan untuk usaha peternakan ini? 2. Apakah modal awal yang digunakan modal pribadi? 3. Bagaiamana cara bapak/ibu selaku pemilik peternakan dalam menentukan harga telur ayam ? 4. Berapa kisaran harga bibit ayam petelur 5. Berapa penjualan telur dari ayam petelur dipeternakan bapak/ibu ini pertahun? 6. Berapa omset yang bapak/ibu dapatkan sekali panen/ sekali setahun?
	Aspek produksi	1. Ada berapa banyak kandang yang bapak/ibu miliki? 2. Bagaimana cara pemberian pakan ayam petelur ini? 3. Jenis pakan apa saja yang diberikan kepada ayam petelur bapak/ibu? 4. Apakah pemberian pakan ayam petelur ini berpengaruh terhadap ukuran telur ayam ? 5. Apakah harga pakan berpengaruh terhadap penetapan harga telur ayam? 6. Sekali berapa bapak/ibuk panen telur ayam ini? 7. Apa saja kendala-kendala yang bapak/ibu hadapi selama melakukan usaha peternakan ini? 8. Bagaimana cara bapak untuk meningkatkan hasil produksi telur ayam

		ini? 9. Apakah hanya telur ayam nya saja yang bapak jual? 10. Bagaimana cara bapak untuk meningkatkan kualitas telur ayam ini? 11. Apakah pesaing yang memiliki usaha yang sama mempengaruhi bapak/ibu dalam penetapan harga telur ayam? 12. Apakah permintaan telur ayam dapat mempengaruhi tingkat penjualan?

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus I : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon - Fax. (0752) 22675
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-3166/Un.28.3/TL.00/10/2023 12 Oktober 2023
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Wali Nagari Taeh Baruah
Kec. Payakumbuh Kab. Lima Puluh Kota

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: Leo Agung Saputra
NIM	: 3718104
Semester	: XI (Sebelas)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi	: ***" Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Jual Telur Ayam Dalam Tinjauan Bisnis Syariah (Studi Kasus Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah, Kecamatan Payakumbuah, Kabupaten Lima Kota)"***
Lokasi Penelitian	: Jorong Dalam Koto Nagari Taeh Baruah Kec. P:aykumbuh Kab. Lima Puluh Kota
Waktu	: 13 Oktober s.d 13 November 2023

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Dekan

Dr. Hesi Eka Puteri, SE, M.Si
NIP. 197409082006042002

PEMERINTAH KABUPATEN LIMA PULUH KOTA
KECAMATAN PAYAKUMBUH
NAGARI TAEH BARUAH
Raya Payakumbuh–Mungka KM 10; Kode Pos 26251; 82390826672
pemnagtaehbaruah@gmail.com taehbaruah-limapuluhkotakab.desa.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : 420 /848 / Pem – TB / 2023

Yang bertanda tangan di bawah ini Wali Nagari Taeh Baruah Kecamatan Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: **LEO AGUNG SAPUTRA**
Pendidikan	: Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
Jurusan	: Manajemen Bisnis Syariah
NIK/ NIM	: 1371061208000009 / 3718104
Judul penelitian	: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat harga Jual Telur Ayam Dalam Tinjauan Bisnis Syariah (Studi Kasus Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah, kecamatan Payakumbuh, Kabupaten Lima Puluh Kota.

Bahwa nama yang tersebut di atas benar telah melakukan Penelitian di Jorong Dalam Koto Nagari Taeh Baruah Kabupaten Lima Puluh Kota dari tanggal 13 Oktober 2023 s/d 30 Oktober 2023 dengan judul **"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga Jual Telur Ayam Dalam Tinjauan Bisnis Syariah (Studi Kasus Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah, kecamatan Payakumbuh, Kabupaten Lima Puluh Kota"**

Demikian ***Surat Keterangan*** ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Taeh Baruah, 30 Oktober 2023

Wali Nagari Taeh Baruah

INDRA MULYADI, S.Pd

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 215/In.26.3/PP.00.9/06/2023

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Leo Agung Saputra** NIM. **3718104** tanggal 22 Juni 2023.

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Jual Telur Ayam Dalam Tinjauan Bisnis Syariah (Studi Kasus: Jorong Dalam Koto Kenagarian Taeh Baruah Kecamatan Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota) "**

Kedua : Menunjuk saudara :

Nama	:	**Habibatur Ridhah, SE, MM**
NIDN	:	199107272018012002
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata /III/c/Lektor
Bidang Keahlian Pokok	:	Manajemen
Memberi Mata Kuliah	:	Ssitem Informasi Manajemen
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Bukittinggi
Pada Tanggal 22 Juni 2023
Dekan

HESI EKA PUTERI

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Dokumentasi







