

**STRATEGI PEMASARAN BURUNG MURAI BATU
DENGAN SISTEM *FROST* DI KALANGAN PETERNAK
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus di Desa Tunjungmuli,
Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

IAIN PURWOKERTO

Disusun Oleh:

**JULI WAHYU PRATAMA
NIM: 1323205004**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2019**

**STRATEGI PEMASARAN BURUNG MURAI BATU
DENGAN SISTEM *FROST* DI KALANGAN PETERNAK PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus di Desa Tunjungmuli,
Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga)**

Juli Wahyu Pratama

NIM. 1323205004

E-mail: *jp081227206158@gmail.com*

Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Pemasaran memiliki peran penting dalam dunia usaha. Pemasaran dianggap menentukan dapat tidaknya suatu perusahaan berhasil mencapai tujuannya, sehingga pemasaran merupakan kunci utama dalam suatu perusahaan. Salah satu kegiatan pemasaran dikalangan para pengusaha adalah ternak burung berkicau. Seperti halnya di Desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, dimana terdapat 3 peternak burung murai batu, yaitu; Budianto, Rinto dan Gito. Rata-rata para peternak dalam menjual burung dengan sistem *frost*. *Frost* artinya mencampur anakan burung jantan dan betina menjadi satu kandang dan satu harga. Disini terdapat unsur ketidak jelasan (*gharar*), serta apa yang menjadi faktor utama bagi para peternak burung menggunakan strategi pemasaran dengan sistem *frost*, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul Strategi Pemasaran Burung Murai Batu dengan Sistem *Frost* dikalangan Peternak Perspektif Ekonomi Islam.

Jenis penelitian dalam penulisan penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Sedangkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilaksanakan di peternak burung Murai Batu desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor utama dalam strategi pemasaran dengan sistem *frost* yaitu strategi harga, serta pemasaran dengan sistem *frost* sesuai perspektif ekonomi Islam, yaitu tertera dalam firman Allah surat An-Nisaa ayat 29, dimana dalam melakukan transaksi berdasarkan suka sama suka yaitu diperbolehkan.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Sistem *Frost*, Perspektif Ekonomi Islam.

**MURAI BATU BIRD MARKET STRATEGY
WITH THE *FROST* SYSTEM IN KALANGAN PETERNAT ISLAMIC
ECONOMIC PERSPECTIVE
(Case Study in Tunjungmuli Village,
Karangmoncol District, Purbalingga Regency)**

Juli Wahyu Pratama
NIM. 1323205004

E-mail: *jp081227206158@gmail.com*

Syari'ah Economics Study Program, Faculty of Economics and Business in Islam
The State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

Marketing has an important role in the business world. Marketing is considered to determine whether or not a company can achieve its objectives, so that marketing is the main key in a company. One of the marketing activities among entrepreneurs is singing birds. As is the case in Tunjungmuli Village, Karangmoncol District, Purbalingga Regency, where there are 3 stone magpie breeders, namely; Budianto, Rinto and Gito. The average farmer sells birds using the *frost* system. *Frost* means mixing male and female chicks into one cage and one price. Here there are elements of obscurity (*gharar*), and what are the main factors for birdwatchers using marketing strategies with the *frost* system, the authors conducted a study entitled Marketing Strategies for Murai Batu Birds with *Frost* Systems among Farmers Islamic Economic Perspective.

This type of research in writing research is field research (field research), which is a study conducted at the location of research by making observations about a phenomenon in a natural state. While in data collection in this study using data collection methods with observation, interviews and documentation. This study uses descriptive analysis method with a qualitative approach. The location of the study was carried out at the Murai Batu bird breeder in Tunjungmuli village, Karangmoncol District, Purbalingga Regency.

The results of this study indicate that the main factor in the strategy of marketing with *Frost* is the pricing strategy, as well as marketing with the *frost* system according to the Islamic economic perspective, which is stated in the word Allah Surat An-Nisaa verse 29, wherein doing transactions based on likes and likes is allowed.

Keywords: Strategy, Marketing, *Frost* System, Islamic Economic Perspective.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	8
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	11
E. Kajian Pustaka	12
F. Sistematika Pembahasan	15
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	17

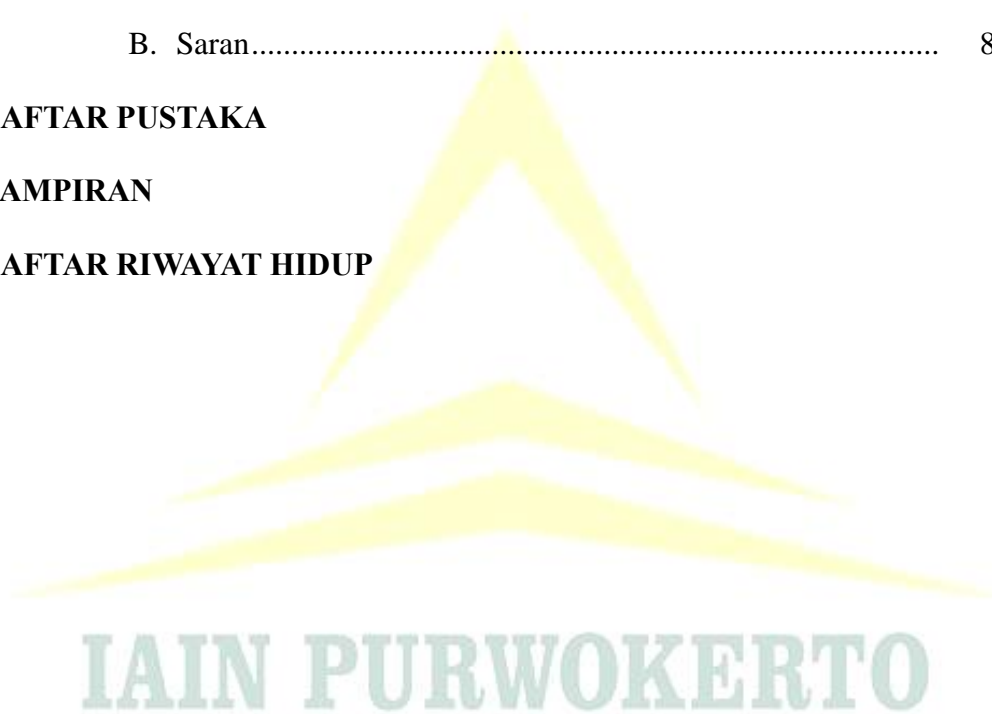
1. Pengertian Strategi	17
2. Pengertian Pemasaran	18
3. Pengertian Strategi Pemasaran.....	21
4. Langkah-langkah Strategi Pemasaran.....	22
a. Segmentasi Pasar dan Pembidik Pasar	22
b. Penentuan Posisi	23
c. Strategi Produk	23
d. Strategi Penetapan Harga	23
e. Strategi Tempat.....	24
f. Strategi Promosi.....	24
B. Penjualan Burung dengan Sistem <i>Frost</i>	24
C. Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam	27
1. Prinsip-prinsip Pemasaran Islami menurut Abdullah Gymnastiar dan Kertajaya	29
2. Empat Karakteristik Pemasaran Syariah.....	31
3. Nilai-nilai yang Terkandung dalam Syariah Marketing	33
4. Landasan Moral Bisnis Syariah	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
C. Subjek dan Objek Penelitian	39
D. Sumber Data.....	40
1. Data Primer	40

2. Data Sekunder	40
E. Teknis Pengumpulan Data	41
1. Observasi	41
2. Interview (Wawancara)	41
3. Dokumentasi.....	42
F. Teknis Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Peternakan Burung Murai Batu di Desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga	44
1. Letak Geografis Desa Tunjungmuli	44
2. Kondisi Demografis Desa Tunjungmuli	45
3. Sejarah Peternakan Burung Murai Batu di Desa Tunjungmuli	46
4. Proses Peternakan Burung Murai Batu	50
5. Jenis-jenis Burung Murai Batu.....	54
B. Strategi Pemasaran Burung Murai Batu dengan Sistem <i>Frost</i> di Desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga.....	59
1. Strategi Pemasaran Burung Murai Batu dengan Sistem <i>Frost</i>	59
2. Keunggulan <i>Frost</i>	63
3. Kelemahan Sistem <i>Frost</i>	63

4. Ciri-ciri Burung Murai Batu Betina dan Jantan	64
5. Cara Memilih Burung Yang Berkualitas.....	67
6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegagalan	
7. Peternakan Burung Murai Batu	67
C. Analisis Perspektif Ekonomi Islam	74
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Daftar Penjualan Anakan Burung Murai Batu Budianto	4
Tabel 2	Daftar Penjualan Anakan Burung Murai Batu Rinto	5
Tabel 3	Daftar Penjualan Anakan Burung Murai Batu Gito.....	5
Tabel 4	Daftar Penelitian Terdahulu	14
Tabel 5	Data Tingkat Pendidikan	45
Tabel 6	Data Sumber Penghasilan Menurut Mata Pencaharian	45
Tabel 7	Data Usia Penduduk	46
Tabel 8	Data Sumber Hasil Pertanian Penduduk	46



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 2 Surat Permohonan Observasi Pendahuluan
- Lampiran 3 Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- Lampiran 4 Surat Pernyataan Kesiapan Menjadi Pembimbing
- Lampiran 5 Blangko Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 Surat Permohonan Riset Individual
- Lampiran 7 Rekomendasi Seminar
- Lampiran 8 Surat Keterangan Lulus Seminar
- Lampiran 9 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 10 Surat Rekomendasi Munaqosyah
- Lampiran 11 Sertifikat
- Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan dunia usaha ditandai dengan makin tajamnya persaingan. Oleh karena itu, peran pemasaran penting dan merupakan ujung tombak setiap perusahaan. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.¹

Kegiatan pemasaran sendiri sudah berkembang sejak adanya kebutuhan manusia melalui pertukaran. Kegiatan pemasaran mulai timbul dan lahir serta tumbuh dalam suatu masyarakat dengan suatu sistem ekonomi yang terbatas, dimana masyarakat yang ada mencukupi kebutuhannya dari hasil produksinya sendiri. Pemasaran memiliki peran penting dalam dunia usaha. Pemasaran dianggap menentukan dapat tidaknya suatu perusahaan berhasil mencapai tujuannya, sehingga sering ditemukan pemasaran menentukan arah kegiatan usaha perusahaan.²

¹ Basu swastha & Hani Handoko, *Menejemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*,(Yogyakarta: CV. Bina Usaha, 1982), hlm. 2.

² Ike Uswatun Khasanah, ‘‘Manajemen Pemasaran Sapu dan Keset PT. Eye rich Purbalingga Prespektif Ekonomi Islam’’, *Skripsi*, Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2015, hlm. 3.

Setiap perusahaan menginginkan produk yang dihasilkannya dapat terjual atau dibeli oleh konsumen tingkat akhir dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang. Melalui produk yang dapat dijual, perusahaan dapat menjamin kehidupan atau menjaga kestabilan usahanya dan berkembang. Untuk itu perlu adanya strategi pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek produk mencapai tujuannya (Bennett, 1998). Sementara itu, Tull dan Kahle (1990) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan pemasaran dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.³ Salah satu kegiatan pemasaran dikalangan para pengusaha adalah ternak burung berkicau. Ternak burung berkicau kini menjadi peluang bisnis yang cukup menggiurkan. Hobi memelihara burung yang digemari oleh beberapa kalangan ternyata membuka peluang usaha penangkaran burung. Salah satu jenis burung yang populer dipelihara dan dipelombakan adalah burung Murai Batu, yang terkenal dengan kicauannya.

Burung Murai Batu atau di sebut juga Kucica hutan dengan nama latin (*Copsychus malabaricus*). Merupakan salah satu burung favorit para kicau mania di Indonesia dikarenakan karena burung ini dalam segi suara cukup

³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta:CV ANDI OFFSET , 2008), hlm. 6.

variatif dan bagus sehingga mendapat penghargaan terbaik atas nyanyiannya yang sangat indah pada tahun 1947 (*The Best Song Birds – Delacour, 1947*).⁴ Sementara burung Murai Batu yang terpopuler di Indonesia, kebanyakan berasal dari Sumatra seperti burung Murai Batu Lampung, burung Murai Batu Medan, burung Murai Batu Aceh, burung Murai Batu Sabang, burung Murai Batu Bordan, burung Murai Batu Bahorok, burung Murai Batu Nias, dan lain-lain. Selain itu terdapat juga jenis burung Murai Batu lain, seperti burung Murai Batu Borneo, burung Murai Batu Irian dan burung Murai Batu Jawa. Namun banyak dari para peternak lebih memilih jenis burung Murai Batu yang berasal dari Medan dikarenakan memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dari jenis burung Murai Batu yang lain, serta banyak peminatnya, sehingga tidak heran jika harga Murai Batu Medan bisa mencapai harga jutaan rupiah.

Karena cukup banyak penggemarnya, menjadikan keberadaan burung murai batu di alam liar ini terancam punah yang disebabkan perburuan liar. Untungnya sekarang sudah mulai bermunculan para peternak burung murai batu, salah satunya berada di desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga. Di desa tersebut sudah terdapat 3 peternak burung murai batu yang cukup terkenal dikalangan para penggemar burung. Dengan adanya ternak burung murai batu ini, maka dapat menyelamatkan populasi murai batu di alam liar, sedangkan di tinjau dari kestabilan harga di pasaran dapat mendatangkan nilai ekonomis juga bagi para peternaknya.

⁴ “Macam Jenis Burung Murai Batu Lengkap dengan Gambar”, <http://www.kicaumania.mee>, Pada tanggal 18 April 2018, Pukul 20.30 WIB.

Awalnya memelihara burung merupakan hobi belaka. Namun itu tidak berlaku di zaman modern ini, karena memelihara burung sudah merupakan suatu kebutuhan sekaligus dapat dijadikan bisnis yang menggiurkan. Apalagi dengan beternak burung sendiri maka dapat menghasilkan anakan burung. Keuntungan dari hasil beternak burung dapat dipergunakan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari, mengganti biaya pemeliharaan, bahkan untuk memperbesar peternakannya.

Berikut ini adalah tabel mengenai data penjualan anakan burung murai batu dari para peternak tahun 2013 sampai 2017 di desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga:

Tabel 1

Data Penjualan Anakan Burung Murai Batu Budianto

Bulan	Tahun	
	2016	2017
Januari	4 ekor	3 ekor
Februari	7 ekor	7 ekor
Maret	6 ekor	4 ekor
April	3 ekor	5 ekor
Mei	4 ekor	6 ekor
Juni	2 ekor	4 ekor
Juli	0 ekor	7 ekor
Agustus	1 ekor	3 ekor
September	4 ekor	0 ekor
Oktober	3 ekor	4 ekor
November	5 ekor	5 ekor
Desember	4 ekor	7 ekor
Total	43 ekor	55 ekor ⁵

⁵ Wawancara dengan Budianto Selaku Peternak Burung Murai Batu, Pada tanggal 13 April 2018, Pada pukul 10.30 WIB.

Tabel 2

Data Penjualan Anakan Burung Murai Batu Rinto

Bulan	Tahun	
	2016	2017
Januari	3 ekor	2 ekor
Februari	2 ekor	0 ekor
Maret	0 ekor	2 ekor
April	0 ekor	3 ekor
Mei	1 ekor	3 ekor
Juni	3 ekor	1 ekor
Juli	2 ekor	2 ekor
Agustus	0 ekor	1 ekor
September	1 ekor	1 ekor
Oktober	3 ekor	3 ekor
November	1 ekor	2 ekor
Desember	0 ekor	0 ekor
Total	16 ekor	20 ekor ⁶

Tabel 3

Data Penjualan Anakan Burung Murai Batu Gito

Bulan	Tahun	
	2016	2017
Januari	1 ekor	0 ekor
Februari	3 ekor	3 ekor
Maret	2 ekor	2 ekor
April	0 ekor	1 ekor
Mei	0 ekor	3 ekor
Juni	2 ekor	1 ekor
Juli	1 ekor	2 ekor
Agustus	3 ekor	4 ekor
September	2 ekor	2 ekor
Oktober	0 ekor	0 ekor
November	1 ekor	1 ekor
Desember	2 ekor	3 ekor
Total	17 ekor	22 ekor ⁷

⁶ Wawancara dengan Rinto Selaku Peternak Burung Murai Batu, Pada tanggal 13 April 2018, Pukul 13:45 WIB.

Sesuai dengan tabel 1 pada tahun 2016 terjual 43 ekor anakan burung Murai Batu, dan pada tahun 2017 terjual 55 ekor anakan burung Murai Batu. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa produktifitas anakan burung Murai Batu Budianto Desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga mengalami kenaikan dari tahun 2016 ke tahun 2017.

Pada tabel 2 pada tahun 2016 terjual 16 ekor anakan burung Murai Batu, dan pada tahun 2017 terjual 20 ekor anakan burung Murai Batu. Maka penjualan anakan burung Murai Batu dari Rinto mengalami kenaikan juga seperti halnya penjalan Budianto.

Sedangkan pada tabel 3 pada tahun 2016 terjual 17 ekor anakan burung Murai Batu, dan pada tahun 2017 terjual 22 ekor anakan burung Murai Batu, penjualan Gito sama halnya dengan penjualan Budi dengan Rinto yaitu mengalami kenaikan.

Dilihat dari banyaknya jumlah telur yang menetas, hal itu dapat dipengaruhi dari indukan, factor cuaca, letak gografis, pakan dan perawatan. Sedangkan letak geografis didesa Tunjungmuli terbilang cocok, karena masih memiliki udara yang alami, serta masih berada dilingkungan hutan lindung. Karena tempat yang nyaman akan memudahkan burung beradaptasi dan terhindar dari resiko stres.

Rata-rata para pedagang dalam menjual burung dengan sistem *frost*. *Frost* adalah bahasa asing yang diciptakan oleh sekelompok agen dan para pedagang burung yang artinya mencampur pejantan dan betina menjadi satu

⁷ Wawancara dengan Gito Selaku Peternak Burung Murai Batu, Pada tanggal 13 April 2018, Pukul 18:45 WIB.

kandang dan satu harga, sedangkan harga pejantan di agen ataupun pasar burung lebih mahal dari pada harga betina. Sepintas seperti biasa saja tapi jika kita amati lebih seksama kita akan melihat adanya unsur *maysir* (untung-untungan) dan *gharar* (ketidakjelasan) di dalamnya. Bagaimana tidak, burung yang dicampur atau di *frost* tidak diketahui secara jelas ciri-cirinya apakah jantan atau betina. Sebagian besar para penjual tidak memberitahukan secara jelas ciri-ciri pejantan atau betina. Sedangkan jika pembeli ragu dengan pilihannya mereka berasumsi kalau benar jantan berarti sebuah keberuntungan dan jika betina berarti kurang beruntung, karena hanya bisa dijadikan indukan, dan harga juga lebih murah.⁸

Seperti halnya yang sudah dijelaskan diatas bahwa sistem penjualan ini menggunakan sistem *frost*, dimana pembeli tidak bisa mengetahui pasti apakah dia beruntung ataupun kurang beruntung, jadi asalkan dari pihak pembeli dan penjual setuju dengan kesepakatan yang dibuat, atau bisa dikatakan suka sama suka, maka jual beli ini sah. Sesuai dengan firman Allah dalam surat An-Nisaa ayat 29, yaitu sebagai berikut:

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

⁸ Jita Risana, ‘‘Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Burung Dengan Sistem Fros Studi Kasus di Pasar Limpung Batang’’, *Skripsi*, Jurusan Hukum Ekonomi Islam Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang, 2003, hlm.5.

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”

Berdasarkan ayat tersebut, maka sistem berdagang yang berdasarkan suka sama suka diperbolehkan, seperti halnya dengan sistem *frost*, yaitu sistem untung-untungan. Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi seorang pedagang begitu pentingnya, hingga Allah SWT menunjuk Nabi Muhammad sebagai seorang pedagang sangat sukses sebelum beliau diangkat menjadi Nabi.

Sesuai dengan uraian yang dijelaskan diatas, maka penulis ingin mengadakan penelitian dan pembahasan secara langsung tentang bagaimanakah manajemen pemasaran burung murai batu yang berjudul ***“Strategi Pemasaran Burung Murai Batu dengan Sistem Frost di Kalangan Peternak Perspektif Ekonomi Islam di Desa Tunjungmui, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga”***.

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari timbulnya salah pengertian dalam memahami permasalahan dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Burung Murai Batu dengan Sistem *Frost* di Kalangan Peternak Perspektif Ekonomi Islam, Studi Kasus: Desa Tunjungmui, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga”, maka dari itu peneliti memperjelas istilah-istilah kunci dalam penelitian ini. Adapun istilah-istilah itu sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (stratos: militer, ag: memimpin). Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert, Jr. (1995), ditinjau dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan adalah program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya.⁹

2. Pemasaran

Pemasaran adalah proses social dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.¹⁰ Menurut McCharthy (1960) dalam bukunya Dr. Sudaryo yang berjudul “*Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*” pemasaran adalah pelaksanaan aktivitas bisnis yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen sebaik mungkin dan mewujudkan tujuan perusahaan.¹¹

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek produk mencapai tujuannya (Bennett, 1998). Sementara itu, Tull dan Kahle (1990) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan pemasaran dengan mengembangkan

⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, (Yogyakarta : Andi, 2008), hlm. 3.

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jiulid I Edisi Enam*, (Erlangga: Jakarta. 1988), hlm. 4.

¹¹ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2016), hlm. 39.

keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

4. Sistem *Frost*

Sistem *Frost* yaitu, dimana pembeli tidak bisa mengetahui pasti apakah dia beruntung ataupun kurang beruntung, jadi asalkan dari pihak pembeli dan penjual setuju dengan kesepakatan yang dibuat, atau bisa dikatakan suka sama suka, maka jual beli ini sah.

5. Peternak

Peternak adalah seseorang yang pekerjaannya beternak (kuda, lembu, dan sebagainya).¹²

6. Perspektif Ekonomi Islam

Menurut Muhammad Abdul Manan dalam buku "*Islamic Economics: Theory and Practice*" yang sudah diterjemahkan menjelaskan bahwa Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.¹³

C. Rumuan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

¹² "Arti Kata Peternak" <http://m.artiaka.com/arti-peternak.html>, Pada tanggal 20 Juli 2018, pukul 23:47

¹³ Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, (Jakarta; Prenadamedia Group, 2014), hlm. 6.

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Anakan Burung Murai Batu dengan Sistem *Frost* di desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran Burung Murai Batu dengan Sistem *Frost* Perspektif Ekonomi Syariah?

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Anakan Burung Murai Batu dengan Sistem *Frost* di desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga.
- b. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Anakan Burung Murai Batu dengan Sistem *Frost* Perspektif Ekonomi Islam.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi beberapa pihak yaitu:

- 1) Menambah pengalaman dan melatih peneliti untuk berfikir kritis dalam menghadapi suatu permasalahan.
- 2) Sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah dalam menyelesaikan permasalahan dalam kehidupan.
 - a. Bagi IAIN Purwokerto
 - 1) Sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya.
 - 2) Sebagai bahan bacaan yang bermanfaat bagi yang memerlukan sehingga dapat menambah pengetahuan.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan telaah tentang teori-teori yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan mendukung penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu pada bagian ini akan dikemukakan beberapa teori dan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya :

Dalam bukunya Fandy Tjiptono yang berjudul “*Strategi Pemasaran Edisi III*” Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek produk mencapai tujuannya (Bennett, 1998). Sementara itu, Tull dan Kahle (1990) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan pemasaran dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.¹⁴

Adapun beberapa judul penelitian yang sudah penulis baca sebagai pembanding antara lain :

1. Peneliti Jita Risana dengan judul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktek Jual Beli Burung dengan Sistem *Frost* (Studi Kasus di Pasar Limpung Batang)” menjelaskan bahwa jual beli burung dengan sistem *Frost* dalam pelaksanaannya telah sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang ditetapkan dalam hukum jual beli. Menurut penyusun jual beli burung dengan sistem *Frost* ini diperbolehkan karena sistem ini mempunyai

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*...hlm. 6.

manfaat dalam menguntungkan bagi penjual maupun pembeli. Dalam hal ini mengambil sesuatu yang bermanfaat dari sistem *Frost* yang mencampur jenis burung jantan dengan betina. Keridhaan antara penjual dan pembeli ditunjukkan dengan adanya kesepakatan antara kedua belah pihak tanpa adanya unsur paksaan, penekanan ataupun hal yang dapat merugikan satu sama lain.¹⁵

2. Peneliti Riani Fauziah “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Produksi, Pada Pabrik Garmen PT. Putri Doro Thea” (Studi Kasus: Desa Kiarasari, Kecamatan Compreg, Kabupaten Subang), menyimpulkan bahwa sistem Pemasaran PT. Putri Doro Thea ini melalui vendor atau supliyer yang merupakan partner kerjasama. Dimana perusahaan ini sudah menggunakan kerja dan sistem.¹⁶
3. Penelitian dari Dimas Tri Pebrianto dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Burung Bakalan (Studi Kasus di Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli burung bakalan dilihat dari perspektif hukum Islam adalah boleh (mubah), akan tetapi dalam pelaksanaan yang terjadi di Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta akad jual beli burung bakalan terdapat unsur gharar (ketidakjelasan). Penjual tidak menjelaskan kondisi burung yang sebenarnya seperti menyembunyikan cacat atau ‘aib pada burung

¹⁵ Jita Risana “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Burung dengan Sistem *Frost* (Studi Kasus di Pasar Limpung Batang), *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Walsongo Semarang, (Semarang : 2013), hm. 78.

¹⁶ Riani Fauziah, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Produksi, Pada Pabrik Garmen PT. Putri Doro Thea”, *Skripsi* Jurusan Ekonomi Syariah, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, (Cirebon: 2015) hlm 74.

dagangannya. Bahkan ada juga penjual yang dengan sengaja mengecat/mewarnai bulu burung bakalan yang tadinya betina menyerupai burung bakalann jantan, dan tidak mengakui asal burung sebenarnya/menyebutkan asal burung bakalan dari daerah lain yang ternama, hal ini untuk memperoleh keuntungan lebih sehingga pembeli tidak mengetahui dan muncul kekecewaan setelah terjadi transaksi. Maka hukum dari jual beli burung bakalan ini menjadi dilarang (haram).¹⁷

Tabel 4

Nama “Judul Penelitian”	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
Jita Risana “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Burung dengan Sisem <i>Frost</i> (Studi Kasus di Pasar Limpung Batang), Skripsi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.” 2013.	jual beli burung dengan sistem <i>Frost</i> dalam pelaksanaannya telah sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang ditetapkan dalam hukum jual beli. Menurut penyusun jual beli burung dengan sistem <i>Frost</i> ini diperbolehkan karena sistem ini mempunyai manfaat dalam menguntungkan bagi penjual maupun pembeli.	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaan: Sama-sama menggunakan sistem <i>Frost</i>. • Perbedaan: Didalam penelitian Jita Risana membahas tentang jual beli, sedangkan di dalam peneitian membahas tentang strategi pemasaran.
Riani Fauziah “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Produksi, Pada	Sistem Pemasaran PT. Putri Doro Thea ini melalui vendor atau supliyer yang	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaan : Promosi ini menggunakan keinginan

¹⁷ Dimas Tri Pebrianto. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Burung Bakalan (Studi Kasus di Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta)”, Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (Yogyakarta: 2012), hlm 85.

<p>Pabrik Garmen PT. Putri Doro Thea, Studi Kasus: Desa Kiarasari, Kecamatan Comprang, Kabupaten Subang” 2015.</p>	<p>merupakan partner kerjasama. Dimana perusahaan ini sudah menggunakan kerja dan sistem.</p>	<p>konsumen, seperti halnya dengan keinginan pembeli yang menginginkan anakan burung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perbedaan : Pemasaran ini menggunakan vendor atau supplier (orang ketiga) yang sudah bekerjasama. Sedangkan dalam penelitian ini dalam pemasarannya langsung ke pihak konsumen.
<p>Dimas Tri Pebrianto. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Burung Bakalan (Studi Kasus di Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta)”, Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (Yogyakarta: 2012)</p>	<p>Hasil peneitian menunjukan bahwa jual beli burung bakalan dilihat dari perspektif hukum Islam adalah boleh (mubah), akan tetapi dalam pelaksanaan yang terjadi di Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta akad jual beli burung bakalan terdapat unsur gharar (ketidakjelasan), jadi dilarang (haram).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaan: Sama-sama menggunakan sistem <i>Frost</i>. • Perbedaan: Dalam penelitian Dimas Tri Pebianto meneliti tentang jual beli, sedangkn didalam penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran.

F. Sistematika Pembahasan

Tujuan dari sistematika penulisan adalah agar skripsi yang ditulis terarah dan sistematis, maka dalam penulisan skripsi ini ditulis dalam beberapa bab dan sub bab. Secara garis besar sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan dalam bab ini berisikan beberapa sub bab diantaranya: latar belakang masalah, rumusan masalah, definisi operasional, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, serta sistematika penulisan.

BAB II : Landasan teori yang berisikan tentang kajian pustaka yang diperkuat dengan penelitian terdahulu, pengertian dan landasan teori yang terkait dengan manajemen pemasaran

BAB III : Metode Penelitian pada bab ini memaparkan tentang sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Paparan data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Penutup bab ini kesimpulan, dan saran-saran yang ditujukan pada pihak yang terkait yaitu Budianto, Rinto dan Gito selaku peternak burung Murai Batu di desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga.

Daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dengan mengumpulkan data-data yang digunakan kemudian dianalisis dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya, selanjutnya penulis menyimpulkan bahwa Strategi Pemasaran Burung Murai Batu dengan Sistem *Frost* di Kalangan Peternak Perspeltif Ekonomi Islam di desa Tunjungmui, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, adalah sebagai berikut:

1. Bahwa strategi yang dilakukan oleh para peternak burung murai batu di desa Tunjungmui adalah dengan sistem *frost* yaitu; harga, karena sistem *frost* disini yaitu mencampur jenis anakan burung jantan dan betina, sehingga harga yang diberikan relatif lebih murah. Dengan harga yang relatif murah maka pembeli lebih tertarik untuk memilih membeli anakan burung dengan sistem *frost*. Meskipun harga relatif lebih murah, tetapi tetap mengutamakan kualitas anakan burung murai batu. Berbeda dengan membeli anakan burung secara langsung dipasaran, harga relatif lebih murah dibandingkan dengan membeli langsung di peternak, akan tetapi dengan membeli di pasaran kualitas anakan burung tersebut tidak dijamin. Karena tidak diketahui langsung kualitas dari indukannya. Tetapi jika membeli di peternak langsung pembeli dapat langsung melihat indukan dari anakan burung tersebut..

2. Bahwa pemasaran burung murai batu sistem *frost* di desa Tunjungmuli, kecamatan Karangmoncol, kabupaten Purbalingga sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan transaksi yang digunakan atas dasar suka sama suka, rela sama rela tidak ada unsur paksaan suatu apapun, memberikan sistem garansi, dan menjual produk dengan kualitas terbaik. Sehingga tidak merugikan pelanggan.

B. Saran

Dalam mencapai tujuan yang lebih optimal sesuai dengan target dan keinginan berbagai pihak, maka penulis menyumbangkan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan proses pengembangan lebih lanjut. Adapun saran yang dimaksud diantaranya yaitu; Berdasarkan hasil penelitian ini, usaha beternak burung murai batu layak untuk diusahakan. Oleh sebab itu diharapkan peternak dapat bekerjasama dengan investor dalam menjalankan usaha peternakan burung murai batu agar usaha ini bisa lebih berkembang.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- “Arti Kata Peternak” <http://m.artiaka.com/arti-peternak.html>, Pada tanggal 20 Juli 2018, pukul 23:47.
- “Cara Memilih Bakalan Murai Batu Berkualitas dan Jawara”, <https://www.jalaksuren.net/cara-memilih-bakalan-murai-batu/> , Pada tanggal Senin, 26 November 2018, Pukul 08:42 WIB.
- “Cara Mudah Membedakan Murai Batu Jantan dan Betina”, <https://sumbercenel.com/murai-batu-betina/>, Pada tanggal Kamis, 25 Oktober 2018, Pukul 08:58 WIB.
- “Cara Ternak Burung Murai Batu Paling Mudah Untuk Pemula”, <https://www.jalaksuren.net/cara-ternak-burung-murai-batu/>, Pada tanggal Selasa 23 Oktober 2018, Pukul 10:36.
- “Faktor-faktor Kegagalan Peternak Murai Batu”, <http://www.globalfaunafarm.com/faktor-kegagalan-peternak-murai/>, Pada tanggal 26 November 2018, Pukul 10:26 WIB.
- “Hukum Jual Beli Ijon” <https://bimbinganislam.com/hukum-jual-beli-ijon/>, Pada Tanggal 20 Oktober 2018, Pukul 10:23 WIB.
- “Jenis Burung Murai Batu di Indonesia”, <https://burungnya.com/11-jenis-burung-murai-batu-terpopuler-indonesia-dan-mancanegara/>, Pada tanggal Selasa, 23 Oktober 2018, 23:07 WIB.
- “Jual Beli Berdasarkan atas Suka Sama Suka”, <https://ibnumajjah.wordpress.com/2016/04/20/jual-beli-berdasarkan-suka-sama-suka/> , Pada Tanggal 20 Oktober 2018, Pukul 10:02 WIB.
- “Macam Jenis Burung Murai Batu Lengkap dengan Gambar”, <http://www.kicaumania.mee>, Pada tanggal 18 April 2018, Pukul 20.30 WIB.
- “Pemasaran”, <https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran>, Pada tanggal 27 September 2018, Pukul 09:10 WIB.
- Abdullah Ma’ruf, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2011), hlm. 27-30.
- Alma Bukhari dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2014.

- Arikunto Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 1992.
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2011.
- Bakry Nadzar, *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1994.
- Dokumen Profil Desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Tahun 2016.
- Fauzia Ika Yunia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, .Jakarta; Prenadamedia Group, 2014.
- Fauziyah Riani, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Produksi, Pada Pabrik Garmen PT. Putri Doro Thea”, *Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah*, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, (Cirebon: 2015).
- Gymnasiar Abdullah dan Hermawan Kertajaya, *Berbisnis Dengan Hati*, (Jakarta: Mark Plus dan CO, 2004.
- Herlambang Susatyo, *Basic Marketing*, Yoyakarta: Gosyen Publishing, 2004.
- Kertajaya Hermawan dan Muhammad Syakir, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- Khasanah Ike Uswatun, ‘Manajemen Pemasaran Sapu dan Keset PT. Eye rich Purbalingga Prespektif Ekonomi Islam’’, *Skripsi*, Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2015.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran Jiulid I Edisi Enam*, Erlangga: Jakarta. 1988.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran Jiulid I Edisi Enam*, Erlangga: Jakarta. 1988.
- Moleong Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Pebrianto Dimas Tri. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Burung Bakalan (Studi Kasus di Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta)”, *Skripsi*.

Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (Yogyakarta: 2012).

Rangkuti Freddy, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, Jakarta: Gramedia, 1997.

Risana Jita, ‘‘Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Burung Dengan Sistem Fros Studi Kasus di Pasar Limpung Batang’’, *Skripsi*, Jurusan Hukum Ekonomi Islam Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang.

Soehartono Irawan, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.

Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2016.

Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2016.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif R&D*, Bandung: ALFABETA, 2013.

Suryabrata Sumadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rajawali, 1990.

Susanto Hery dan Khoerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Swasta Basu dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern* Yogyakarta: LIBERTY YOGYAKARTA, 2007.

Swastha Basu, *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: LIBERTY, 1984.

Swastha Basu & Hani Handoko, *Menejemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*, Yogyakarta: CV. Bina Usaha, 1982.

Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran Edisi 11*, Yogyakarta: Andi, 2002.

Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran Edisi III*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2008.

Triton, *Manajemen Strategis: Terapan Perusahaan Dan Bisnis*, Jakarta: ORYZA, 2011.

Umar Husein, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* .Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

LAMPIRAN DOKUMENTASI

Anakan Burung Murai Batu Umur 2 Minggu Belum Diketahui Jantan/Betina



Anakan Burung Murai Batu Umur 1 Setengah Bulanan dan Sudah Diketahui
Jantan/Betina





Tempat Peternakan Burung Murai Batu



Indukan Burung Murai Batu Jantan Ekor Panjang



Indukan Burung Murai Batu Betina Ekor Pendek



Indukan Burung Murai Batu Jantan dan Betina





Kegiatan Event-vent Perlombaan







Hasil Prestasi-prestasi dari Event-event Perlombaan





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Juli Wahyu Pratama
2. NIM : 1323205004
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Purbalingga, 16 Juli 1994
4. Alamat Rumah : Desa Tamansari, RT 01/ RW 05,
Karangmoncol, Purbalingga
5. Nama Ayah : Suyatno
6. Nama Ibu : Isnawati

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD/ MI : MI MA'ARIF NU 01 Tamansari
 - b. SMP/ MTs : MTs N Karanganyar
 - c. SMA/SMK : SMK AL-HIKMAH 01 BENDA
SIRAMPOG BREBES
 - d. S1 : Ekonomi Syariah, IAIN Purwokerto

C. Prestasi Akademik : 3,15 (sementara)

D. Karya Ilmiah

STRATEGI PEMASARAN BURUNG MURAI BATU DENGAN SISTEM *FROST* DI KALANGAN PETERNAK PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di Desa Tunjungmuli, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga)

Purwokerto, 10 Januari 2019

Hormat saya,

IAIN PURWOKERTO


Juli Wahyu Pratama
NIM. 1223203036