SKRIPSI

TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAPMANAJEMEN PEMASARAN DI PT. LAUTAN TEDUH PUNGGUR

OLEH:

SUSI KURNIASIH
NPM. 13104534

Jurusan: Ekonomi Syariah
Fakultas: Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1439 H / 2018 M

TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MANAJEMEN PEMASARAN DI PT LAUTAN TEDUH PUNGGUR

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

OLEH:

SUSI KURNIASIH
NPM. 13104534

Pembimbing I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH

Pembimbing II : Wahyu Setiawan, M.Ag

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan: Ekonomi Syariah

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)METRO

1439 H/2018 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyah
Sdri Susi Kurniasih

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara:

Nama : Susi Kurniasih
NPM : 13104534
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Judul : TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MANAJEMEN PEMASARAN DI PT LAUTAN TEDUH PUNGGUR

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Metro, Juli 2018

Pembimbing I	Pembimbing II
Siti Zulaikha, S.Ag, MH	**Wahyu Setiawan, M.Ag**
NIP. 19720611 199803 2 001	NIP. 19800516 200501 1 008

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor: 1959 / In. 28. 3/D/PP.00.9/09/2018

Proposal skripsi dengan Judul: TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MANAJEMEN PEMASARAN DI PT LAUTAN TEDUH PUNGGUR, disusun Oleh: Susi Kurniasih, NPM: 13104534, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at/ 27 Juli 2018.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua/Moderator	: Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH	(.....)
Penguji I	: Hermanita, S.E M.M	(.....)
Penguji II	: Wahyu Setiawan, M.Ag	(.....)
Seketaris	: Upia Rosmalinda. M.E.I	(.....)

PANITIA MUNAQOSAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI IAIN METRO

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MANAJEMEN PEMASARAN DI PT LAUTAN TEDUH PUNGGUR

Nama : Susi Kurniasih

NPM : 13104534

ABSTRAK

TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MANAJEMEN PEMASARAN DI LAUTAN TEDUH PUNGGUR

Oleh:

SUSI KURNIASIH

Etika bisnis merupakan aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak. Dalam Islam etika bisnis haruslah tidak bertentangan dengan nilai-nilai Syariah. Kemajuan perekonomian saat ini sangat pesat,sehingga membutuhkan pengetahuan pemasaran yang semakin lama semakin canggih pula taktik dan strateginya. Menjaga etika adalah suatu hal yang sangat penting untuk melindungi reputasi perusahaan. Masalah etika ini sering dihadapi oleh setiap manajer dalam keseharian kegiatan bisnis. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur.

Penelitianinimerupakanpenelitianlapangan yang bersifatdeskriptif data kualitatif. Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancaradan dokumentasi.Data yang dikumpulkan diperoleh melalui sumber data primer dan sekunder. Semua data yang diperolehkemudiandianalisissecarainduktif.

Hasilpenelitianmenunjukkan bahwa ada empat sistem manajemen pemasaran yang diterapkan oleh PT. Lautan Teduh Punggur.*Pertama*, perencanaan yang ada di PT. Lautan Teduh Punggur dengan memberikan promo DP murah kepada konsumen agar tertarik untuk membelinya. *Kedua*, Pengorganisasiannya dengan penambahan karyawan yang sesuai dengan keahliannya masing-masing. *Ketiga*, penggiatan di PT. Lautan Teduh Punggur yaitu dengan penambahan suatu jaringan. *Keempat*, pengawasan berupa pengecekan rencana berjalan dengan baik atau tidak serta mencapai target penjualan atau tidak.Ditinjau dari etika bisnis Islam, dari keempat sistem manajemen tersebut terdapat satu sistem yang kurang sesuai dengan etik bisnis Islam yaitu perencanaan (pelaksanaan promo DP murah), karena tidak adanya unsur kejujuran dalam pelaksanaan promo tersebut.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Susi Kurniasih
NPM	: 13104534
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2018

METERAI TEMPEL
9BC33AFF160745771
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Susi Kurniasih
NPM.13104534

MOTTO

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."(An-Nisaa (04): 29)

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Susi Kurniasih
NPM : 13104534
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2018

Susi Kurniasih
NPM.13104534

PERSEMBAHAN

Dipersembahkankepada:

1. Bapak Suradi dan Ibu Jariyah yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, do'a dan dukungannya demi keberhasilan putrinya untuk mewujudkan cita-cita dan masa depan
2. Kepada saudara-saudaraku, Margono, Riska Widar Yanti dan Putri Winda Sari yang selalu mendo'akan dan membuatku semangat menyelesaikan skripsi ini
3. Semua sahabatku Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2013 khususnya kelas B, telah bersama bahu-membahu berjuang menyelesaikan pendidikan ini.
4. Almamaterku, IAIN Metro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan proposal ini. Penulisan proposal ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar SE.

Dalam upaya penyelesaian Proposal ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro, Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ibu Rina El Maza, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Ibu Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., selaku Pembimbing I dan Bapak Wahyu Setiawan M.Ag, selaku pembimbing II yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama penulis menempuh pendidikan. Rasa sayang dan terimakasih penulis haturkan kepada Ayah dan Ibunda tercinta yang senantiasa mendo'akan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan agama Islam.

Metro, 05 September 2018

Susi kurniasih
NPM.13104534

DAFTAR ISI

Halaman Sampul i
Halaman Judul ii
Halaman Persetujuan iii
Halaman Pengesahan iv
Abstrak v
Halaman Orisinalitas Penelitian vi
Halaman Motto vii
Halaman Persembahan viii
Kata Pengantar ix
Daftar Isi x
Daftar Gambar xii
Daftar Lampiran xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pertanyaan Penelitian 7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 7
D. Penelitian Relevan 8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran 10
   1. Konsep Manajemen 10
   2. Manajemen Pemasaran 14
   3. Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran 15
   4. Unsur-Unsur Manajemen Pemasaran 16
B. Etika Bisnis Islam 17
   1. Pengertian Etika Bisnis Islam 17
   2. Prinsip Etika Bisnis Islam 18
   3. Manajemen Pemasaran Menurut Etika Bisnis Islam 20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian 24
B. Sumber Data..... 25
C. Teknik Pengumpulan Data 26
D. Teknik Analisa Data 28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. Lautan Teduh Punggur 29
   1. Sejarah PT Lautan Teduh Punggur 29
   2. Struktur Organisasi PT. Lautan Teduh Punggur 32
   3. Visi Misi PT. Lautan Teduh Punggur..... 33
B. Manajemen Pemasaran PT. Lautan Teduh Punggur 33
C. Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Manajemen Pemasaran di PT Lautan Teduh Punggur 38

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 45
B. Saran 46

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan perekonomian saat ini sangat pesat, dari *economics of scarcity* (ekonomi masih langka) berubah ke *economics of relative plenty* (ekonomi relatif banyak), maka para produsen membutuhkan pengetahuan pemasaran yang semakin lama semakin canggih pula taktik dan strateginya.[1]Dengan berkembangnya pemasaran, banyak barang dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat. Oleh sebab itu pemasaran memberi sumbangan besar terhadap meningkatnya barang dan jasa yang diperlukan sehingga meningkat kemakmuran masyarakat.[2]

Setiap organisasi, baik bisnis maupun nonbisnis, juga tidak terlepas dari aktivitas pemasaran. Memproduksi barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyampaikan produk ke konsumen atau klien.[3]Etika adalah teori tentang perilaku perbuatan manusia, dipandang dari nilai baik dan buruk. Antara etika dan hukum bisnis sangat erat kaitanya.Etika seharusnya mengetahui bagaimana orang bertindak. Sedangkan hukum mengatur bagaimana orang seharusnya bertindak.[4]

Pada saat pelaku bisnis melaksanakan etika bisnis, maka mereka harus mengerti norma-norma yang ada dimasyarakat sehingga dapat terhindar

---

[1] Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: IKAPI, 2012), h. 283
[2] *Ibid.*
[3] Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta:PT Rineka Cipta, 2009), h. 214
[4] A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Quran*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010), h. 47

dari citra yang buruk bagi perusahaan. Jika citra perusahaan buruk, maka akan berdampak pada kegiatan usahanya.[5]Pemasaran memainkan peranan penting dalam dunia usaha, dimana pemasaran tersebut berhubungan dengan kegiatan memperkirakan atau mengantisipasi kebutuhan dan berkaitan dengan mengalirnya produk berupa barang dan jasa dari produsen ke konsumen.[6]

Dalam kegiatan manajemen pemasaran mencakup analisis perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program-program strategi pemasaran. Keberhasilan sangat tergantung pada adaptasi dan koordinasi antara komposisi *produk, price, promotion, place, people/partisipan, proses* serta *physical evidance*. Sehingga kegiatan tersebut menimbulkan pertukaran yang diinginkan, baik menyangkut barang dan jasa atau melalui penjualan dan pembelian yang dapat menguntungkan kedua belah pihak.[7]

Bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu sama lain. Keberhasilan perusahaan di bidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, dan promosi yang aktif.[8]

Kebijaksanaan pemasaran yang sering disebut yaitu empat P atau bauran pemasaran *(marketing mix)* tersebut adalah Produk *(Produk)*, Harga (*Price*), Saluran Distribusi *(Place)*, Prmosi (*Promotion)*. Untuk mencapai tujuan pemasaran, keempat unsur tersebut harus saling mendukung, sehingga

---

[5] Agus Arjianto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo persada Cetakan ke2, 2012), h. 51

[6] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 45

[7] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jkarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h.12

[8] M. Fuad, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000) hal. 128

keberhasilan dibidang pemasaran diharapkan diikuti oleh kepuasaan konsumen.[9]

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.[10]

Manajemen pemasaran menurut Philip Kotler, guru besar pemasaran dari Universitas Northwestern Amerika, diartikan sebagai uraian (aktivitas) perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan atas program-program yang direncanakan untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi.[11]

Menurut Asosiasi Pemasaran Amerika, Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran perorangan dan organisasi.[12]Orang yang bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya di masyarakat. Harus ada etika dalam menggunkaan sumber daya yang terbatas di masyarakat. Di harapkan orang berbisnis memiliki standar etika yang tinggi di masyarakat, karena mereka berhadapan langsung dengan masyarakat yang selalu mengawasi kegiatan mereka.

---

[9] *Ibid,*

[10] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran,* (Jkarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h.12

[11] Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam,* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002) h. 163

[12] Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997), h. 217

Etika yang dimiliki oleh masing-masing individu sebenarnya merupakan perkembangan dari etika sejak dulu yang disampaikan kepada kita oleh orang tua, guru, pemimpin agama dan lingkungan kita secara keseluruhan.[13]Saat ini banyak sekali perusahaan-perusahaan yang tidak memandang etika itu sangat baik untuk menjalankan sebuah bisnis yang sedang dijalankan. Mereka hanya mementingkan sebuah keuntungan yang didapat untuk pencapaian sebuah target yang telah diinginkan. Persaingan dalam berbisnis-lah yang terkadang membuat mereka akan lupa pentingnya etika. Menjalankan sebuah bisnis setidaknya kejujuranlah yang menjadi tolak ukur bagi setiap perusahaan. Ketika kejujuran itu sudah melekat di perusahaan itu maka semua kegiatan bisnis yang mereka lakukan akan bermanfaat bagi setiap masyarakat.

Menjaga etika adalah suatu hal yang sangat penting untuk melindungi reputasi perusahaan. Masalah etika ini sering dihadapi oleh setiap manajer dalam keseharian kegiatan bisnis. Namun harus selalu dijaga terus menerus, sebab reputasi sebagai perusahaan yang etis tidak dibentuk dalam waktu yang pendek, tapi akan terbentuk dalam jangka panjang.[14] Sehingga munculnya kesadaran untuk menjalankan syariah islam dalam kehidupan ekonomi muslim berarti harus mengubah pola pikir dari sistem ekonomi kapitalis ke sistem ekonomi syariah termasuk dalam dunia bisnis. Dunia bisnis tidak bisa dilepaskan dari etika bisnis dan bahkan orang yang melakukan bisnis termasuk dari golongan orang Islam.

---

[13] Buchari Alma, *Kewirausahaan,* (Bandung: Anggota IKAPI, 2011), h. 239
[14]*Ibid*, h. 240

PT. Lautan Teduh yang beralamat di Jl. Raya Totokaton tepatnya di depan SMK Karyawiyata Kecamatan Punggur, bergerak dibidang pemasaran, dimana penjualannya berupa motor merek Yamaha dan penyaluran resmi suku cadang Yamaha juga memberikan jasa service kendaraan, yang membuat para konsumen untuk membeli dan menggunakan jasa yang diberikan oleh PT. Lautan Teduh tersebut. Serta mempunyai visi menjadi perusahaan yang memiliki menajemen terbaik dan terpercaya dalam bisnis sepeda motor Yamaha di Lampung dengan tingkat keuntungan yang optimal.

Manajemen pemasaran PT. Lautan Teduh Punggur dalam segi pelaksanaan, perencanaan serta pengendalian sangatlah dibutuhkan karena untuk menarik minat beli para konsumen yang dimana sasaran utamanya adalah petani. Pelaksanaan, perencanaan dan pengendalianya bisa dilakukan dengan cara mempromosikan barang dan jasa yang ada di PT. Lautan Teduh. Biasanya untuk pelaksanaan promosinya dilakukan dengan penyebaran brosur atau dengan cara diadakan event-event untuk menarik perhatian dari konsumen tersebut. Dengan adanya promosi dari event-event tersebut terkadang PT. Lautan Teduh Punggur memberikan jasa service secara gratis.

Kenyataan yang terjadi di PT. Lautan Teduh Punggur, bahwa untuk program pemasaran yang dilakukan perlu adanya penerapan prinsip kejujuran.Berdasarkan pra survei dengan bapak Hartono sebagai kepala cabang PT. Lautan Teduh Punggur menyatakan bahwa pembayaran uang muka pada awalnya seharga Rp. 1.500.000, setelah diberikan program promo DP murah pada perusahaan tersebut maka konsumen hanya membayar dengan harga Rp. 500.000, supaya konsumen berminat utuk membelinya. Konsumen yang sering

berminat untuk membelinya kebanyakan adalah petani.[15] Setelah terjadi transaksi antara PT. Lautan Teduh dan konsumen dengan harga DP promo murah yaitu sebesar Rp 500.000. kemudian PT. Lautan Teduh menyarankan kepada pihak konsumen untuk menyatakan kepada pihak leasing harga DP motor tetap dengan harga normal senilai Rp 1.500.000.

Selanjutnya, terkait hal tersebut (saran pernyataan terhadap pihak leasing) Beni selaku salah satu staff marketing menyatakan ini benar adanya .Menurutnya, ini karena harga promo yang diberikan oleh PT Lautan Teduh tidak ada hubunganya dengan pihak leasing. Program ini adalah promo DP murah sehingga fokus pada pemberian DP murah tanpa harus menambahkan beban pada biaya selanjutnya.[16] Beni menambahkan, promo ini adalah salah satu cara untuk mencapai target penjualan. Para staff marketing hanya menjalankan apa yang telah menjadi keputusan pihak manajemen pemasaran.[17]

PT. Lautan Teduh Punggur memanfaatkan konsumen untuk kepentingan pencapaian sebuah target yang diharapkan oleh marketing dengan cara penambahan harga yang diberikan kepada konsumen pada saat pembayaran angsuran dengan strategi promo DP murah. Pada saat akan pembayaran angsuran konsumenpun juga ditawarkan oleh pihak leasing berapa lama akan melakukan pembayaran, semakin lama konsumen membayarnya angsuran tersbut maka semakin besar juga harga yang ditetapkan oleh pihak laeasing. Sehingga antara PT. Lautan Teduh Punggur dengan leasing tidak adanya sebuah transparan kepada konsumen.

---

[15]Hartono, Kepala Cabang, Wawancara, tanggal 17 Juli 2017
[16]Beni, Staff Marketing, WawancarapadaTanggal 04 April 2018
[17]*Ibid,*

Dari pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih mendalam terkait dengan “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Manajemen Pemasaran Studi PT. Lautan Teduh Punggur ”.

B. Pertanyaan Penelitian

Sesuai latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka penulis mengharapkan agar dalam penelitian ini dapat mendeskripsikan “Bagaimanakah tinjauan etika bisnis islam terhadap manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui “Bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur”.

   Demikian juga dalam aktifitas yang dilakukan dengan sengaja secara subtansi dapat dipastikan mengandung unsur tujuan karena sesuatu yang dilakukan tanpa tujuan dan sasaran tidak akan mencapai hasil yang optimal. Berdasarkan perumusan masalah tersebut di penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Tinajaun Etika Bisnis Islam terhadap manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur.

2. Manfaat Penelitian

   a. Secara teoritis dapat dijadikan sebagai bahan refrensi bagi pembaca dan bahan informasi bagi peneliti lebih lanjut yang mempunyai minat besar

dalam membuka permasalah-permasalahan ekonomi Islam khususnya tentang tinjauan etika bisnis islam dalam manajemen pemasaran.

b. Secara praktis dapat dijadikan acuan dan pedoman masyarakat luas dalam pelaksanaan bisnis dengan etika bisnis Islam.

D. Penelitian Relevan

Tinjauan pustaka berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Penulis melihat beberapa penelitian yang berhubungan dengan tema yang akan dibahas dalam penelitian ini. Oleh karena itu kajian ini memaparkan tentang penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini.

Penilitian yang dilakukan oleh Rini Istutiana Jurusan Syari'ah Progam Studi Ekonomi Syari'ah IAIN Metro yang berjudul "Strategi Pemasaaran Rumah Makan Joglo dalam menarik konsumen di tinjau dari etika bisnis islam," penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi marketing yang dilakukan oleh rumah makan Joglo apakah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Adapun yang harus dilakukan untuk menarik konsumen haruslah mempunyai manfaat sumber daya yang dimiliki sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan dimana dalam pemasaran Islam dianjurkan untuk memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi tindakan yang dapat merugikan orang lain.[18]

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Novi Listiawati Jurusan Syari'ah Program Studi Ekonomi Syari'ah IAIN Metro yang berjudul "Sistem Pemasaran Kripik Lumpia di Desa Dayasakti Kecamatan Tumijajaran

[18]Rini Istutiana, *Strategi Pemasaaran Rumah Makan Joglo dalam menarik konsumen di tinjau dari etika bisnis islam* (Metro: IAIN 2013)

Kabupaten Tulang Bawang Barat dalam Persepektif Etika Bisnis Islan", penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pemasaran yang ada pada usaha kripik lumpia dengan melihat etika bisnis islam yang sesuai dengan syariat islam. Dalam menawarkan sebuah produk hendaknya menggunakan cara yang baik dan sesuai dengan norma etika bisnis islam, agar tidak terjadi perselisihan dan persaingan sesama pengusaha.[19]

Penelitian yang dilakukan oleh Bowo Setiawan, Jurusan Syari'ah, Program Studi Ekonomi Syari'ah Iaian Metro yang berjudul tentang "Strategi Bauran Pemasaran tentang Promosi pada Toko Sepatu Bata Metro dalam Persepektif Etika Bisnis Islam". penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemberian diskon yang dilakukan toko sepatu Bata Metro sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, dari hasil penelitian yang dilakukan tentang strategi bauran pemasaran tentang promosi pada toko sepatu Bata Metro menimbulkan suatu perilaku yang membuat pembeli melakukan suatu pemborosan. Teknik pemasaran tersebut tidaklah sesuai dengan teknik promosi dalam islam yaitu teknik promosi haruslah didasari pada kejujuran, dimana pedagang tidak boleh menggunakan teknik yang membuat para pembeli untuk melakukan sebuah pemboros sehingga merugikan pihak tersebut.[20]

Adapun penelitian yang penulis teliti tentang peranan manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur tinjauan etika bisnis Islam, lebih ditekankan pada pelaksanaan etika bisnis yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Tujuan penelitian ini mengetahui tinjauan etika bisnis islam terhadap peranan

---

[19]Novi Listiawati, "*Sistem Pemasaran Kripik Lumpia di Desa Dayasakti Kecamatan Tumijajaran Kabupaten Tulang Bawang Barat dalam Persepektif Etika Bisnis Islan",* (Metro:IAIN, 2013)

[20]Bowo Setiawan, "*Strategi Bauran Pemasaran Tentang Promosi pada Toko Sepatu Bata Metro dalam Persepektif Etika Bisnis Islam"* (Metro: IAIN Metro, 2013)

manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur. Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya nampak jelas bahwa objek penelitian yang penulis lakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian yang dikaji oleh peneliti dalam penelitian ini lebih berfokus pada manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur apakah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.

Dalam penjelasan di atas maka dapat ditegaskan bahwa skripsi yang peneliti teliti belum pernah diteliti sebelumnya, khususnya di IAIN Metro.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran

1. Konsep Manajemen

Kebutuhan terhadap manajemen, bukan hanya karena kebutuhan akan pengembangan bisnis dan respon terhadap lingkungan perubahan organisasi, namun lebih jauh dari itu, kebutuhan terhadap terhadap manajemen ialah kebutuhan untuk mensukseskan tercapainya tujuan bisnis, serta terlaksanakanya seluruh kegiatan operasional bisnis dengan optimal.[21]

Manajemen juga bisa dikataakan sebagai suiatu kegiatan untuk mengatur sumnber daya manusia dan sumber daya lainnya yang mencakup secara efektif dan efesien secara menyeluruh. George R. Terry mendefinisakan manajemen dengan sudut pandang proses yang dimana menurutnya sebagai sebuah khas, yang terdiri dari sebuah tindakan.[22]

Pendapat lain menyatakan bahwa manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian dan pengelolaan staff, kepemimpinan, dan pengawasan dalam organisasi yang dilakukan secara sistematis guna mencapai tujuan tertentu.[23]

Berdasarkan pemaparan di atas, maka manajemen memiliki beberapa fungsi. Terdapat beberapa fungsi dalam manajamen diantaranya:

a. Perencanaan (*planning*)

---

[21]OnongUchjanaEfendy, *System Informasi Manajemen,* (Bandung: Mandar Maju, 1996), h7
[22] Buchari Alma, DonniPriansa, *Manajemen Bisnis,* h 115
[23]Buchari Alma, DonniPriansa, *ManajemenBisnisSyariah,* (Bandung: Alfabeta, 2014), h115

Perencanaan meliputi tindakan memilih serta menghubungkan fakta-fakta serta membuat dan menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan dating dalam memvisualisasikan dan merumuskan aktivitas-aktivitas yang dianggap perlu untuk mencapai hasil-hasil yang diinginkan.[24] Perencanaan terbagi menjadi dua yaitu perencanaan strategis dan perencanaan taktis.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian adalah pengelompokan sumberdaya (manusia dan lainya) yang dimiliki agar pelaksanaan dari suatu perencanaan dapat tercapai.[25] Pengorganisasian adalah system yang berkelanjutan serta mempunyai lingkup yang berkembang.

c. Penggiatan (*actuating*)

Adalah proses mempengaruhi yang lain untuk bekerja menuju pencapaian tertentu. Penggiatan adalah dorongan terhadap terlaksananya perencanaan yang telah terorganisir.

d. Pengawasan (*controling*)[26]

Pengawasan merupakan proses pengecekan rencana dan pelurusan pemyimpangan dari arah yang telah direncanakan suatu aktivitas yang sinambung. Pengawasan juga merupakan proses dimana manajer memastikan bahwas umberdaya diperoleh dan dipastikan secara efektif dan efesien mencapai tujuan.[27]

---

[24]OnongUchjanaEfendy, *System Informasi*, h 18
[25]Buchari Alma, DonniPriansa, *Manajemen Bisnis*, h 120
[26]OnongUchjanaEfendy, *System Informasi*, h 8
[27]*Ibid*, h 28

e. Pengisian jabatan (*staffing*)

f. Pengarahan (*directing*)

g. Pengkoordinasian (*coordinating*)[28]

Dalam pengorganisasian, pengkoordinasian merupakan hal yang penting. Pengkoordinasian merupakan bentuk komunikasi semua lini yang terhubung untuk mencapai tujuan.

Fungsi manajemen tersebut tidak lain untuk maengelola sumber daya utama guna efektif dan efesien dalam mencapai tujuan perusahaan. Secara umum fungsi manajemen adalah untuk mengelola sumberdaya sebagai berikuty aitu:

a. Tenaga kerja (*Man)*

Kemajuan teknologi yang menghasilkan berbagai kemudahan dalam pekerjaan manusia sifatnya hanya memudahkan. Tenaga kerja merupakan unsur yang berperan penting, dalam pelaksanaan manajemen.

b. Dana *(Money)*

Dana atau uang merupakan modal untuk pembiayaan atas kepentingan semua yang ingin dituju melalui manajemen.

c. Bahan (*Material)*

Bahan merupakan semua bahan-bahan yang digunakan untuk mencapai tujuan seperti yang diinginkan. Manajemen adalah mengolah bahan seperti sedemikian rupa untuk mencapai tujuan.

[28]*Ibid*, h 8-9

d. Mesin (*Machines)*

Mesin merupakan alat-alat yang dipergunakan untuk memberikan hasil yang optimal terkait tujuan. Mesin menunjang kegiatan produksi, tidak sebatas hanya berkaitan dengan alat, namun juga berkaitan dengan keunggulanya dengan pesaing yang sejenis.

e. Metode (*Methods)*

Cara-cara yang sistematis untuk mencapai tujuan dan hasil yang diinginkan.

f. Pasar *(Market)*

Pasar berkaitan dengan hasil. Pasar ialah berkenaan dengan pelanggan dan konsumen yang menjadi sasaran.[29]

Berdasarkan pemaparan terkait manajemen tersebut, maka manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, penggiatan, pengisian jabatan, pengarahan, pengkordinasian dan pengawasan. Proses kegiatan ini dilakukan guna mengoptimalkan sumberdaya yang dimiliki.

2. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran diartikan sebagai aktivitas perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan atas program-program yang direncanakan untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok.[30] Yusanto dan Widjajakusuma dalam bukunya tentang Menggagas Bisnis Islam bahwa Bygrave menjabarkan manajemen pemasaran dalam alur berpikir yang mencakup analisis situasi lingkungan

[29]Buchari Alma, DonniPriansa, *Manajemen Bisnis,* h 117-118

[30]Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam,* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002) h. 163

dan peluang pasar, pembuatan sasaran pemasaran, formulasi strategi dan taktik pemasaran.[31]

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan).[32]

Manajemen pemasaran juga dapat dikatakan bahwa suatu analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang direncanakan untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang bermanfaat dengan pembeli untuk mencapai tujuan.[33]

Dari pengertian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa pengertian manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan serta pengawasan yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.

3. Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran

Dengan batasan pengertian mengenai manajemen pemasaran seperti diatas, maka akan tercakup ruang lingkup yang sangat luas. Secara singkat dapat dinyatakan bahwa manajemen pemasaran mencakup seluruh falsafat, konsep tugas dan proses manajemen pemasaran. Pada umumnya manajemen pemasaran meliputi:

---

[31]*Ibid.*

[32] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 12

[33]M.Fuad,Cristin H, Sugiarto, Paulus dan Y.E.F, *Pengantar Bisnis,* (Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2000), h. 124

a. Falsafah manajemen pemasaran, yang mencakup konsep dan proses pemasaran serta tugas-tugas manjemen pemasaran.
b. Faktor lingkungan pemasaran, yang merupakan faktor yang tidak dapat dikendalikan pimpinan perusahaan.
c. Analisa pasar, yang mencakup ciri-ciri dari masing-masing jenis pasar, analisa produk, analisa konsumen, analisa persaingan dan analisa kesempatan pasar.
d. Pemelihara sasaran (target) pasar, yang mencakup dimensi pasar konsumen, perilaku konsumen, segmentasi pasar dan kriteria yang digunakan, peramalan potensi sasaran pasar, dan penentuan wilayah pasar atau penjualan.
e. Perancanan pemasaran perusahaan, yang mencakup perencanaan strategi jangka panjang pemasaran perusahaan *(marketing corporate planning)*, perencanaan operasional pemasaran perusahaan, penyusunan anggaran pemasaran dan proses rencana pemasaran perusahaan.
f. Kebijakan dan strategi pemasaran terpadu *(Marketing Mix-Strategi)*, yang mencakup pemilihan startegi orientasi pasar, pengembangan acuan pemasaran *(marketing mix)* untuk strategi pemasaran dan penyusunan kebijakan, dan taktik pemasaran secara terpadu. [34]

4. Unsur-unsur Manajemen Pemasaran

[34] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta: PT raja Grafindo Persada, 2002), h, 12-13

a. Melakukan orientasi pada calon konsumen, yaitu produsen akan selalu berusaha untuk membuat konsumen merasa puas akan produk yang di buatnya, serta produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
b. Merencanakan semua jenis kegiatan pemasaran yang dilakukan secara keseluruhan, yaitu segala macam keperluan saat melakukan pemasaran, menganalisis, membuat strategi, dan beberapa hal lainnya memang harus di lakukan dengan sistematis dan tersusun dengan rapi dan jelas.
c. Kepuasan yang di rasakan oleh konsumen, yaitu produsen dapat membuat konsumen merasa puas atas barang yang di produksinya.[35]

Sedangkan Unsur-unsur bauran pemasaran meliputi:

a. Produk *(product*) yaitu jasa yang ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Pembeli akan membeli kalau merasa cocok.
b. Harga *(Price)* yaitu sejumlah kompensasi (uang atau barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa.
c. Saluran Distribusi (*place)* saluran yanng digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk ssampai ke tangan konsumen.

---

[35]Admin, "*Unsur-unsur Manajemen Pemasaran dalam Jurnal Internasional Manajemen Pemasaran*" dalam http://contohjurnal.web.id/jurnal-imternasional-manajemen-pemasaran-pdf-gratis/ diunduh pada 16 Agustus 2017

d. Promosi *(promotion)* yaitu bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen mebeli produk yang ditawarkan.[36]

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika adalah semua norma atau aturan umum yang harus diperhatikan dalam berbisnis yang merupakan sumber dari nilai-nilai yang luhur dan perbuatan yang baik. Etika tidak memiliki sanksi yang jelas, selain barangkali sanksi moral, ataupun sanksi dari Yang Maha Kuasa[37]

Jika bersandar dengan definisi hukum, maka melanggar etika belum tentu melanggar hukum dan peraturan yang ada. Jika melanggar hukum, sanksinya jelas berupa pidana atau perdata, sedangkan melanggar etika sanksinya tidak jelas, atau hanya sanski moral senata.[38]

Etika berasal dari kata Yunani ***"Ethos"*** yang dalam bentuk jamaknya *(ta etha)* berarti "adat istiadat" atau "kebiasaan". Perpanjangan dari adat membangun suatu aturan kuat di masyarakat, yaitu dimana setiap tindak dan tanduk mengikuti aturan-aturan untuk memebentuk moral.[39]

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak. Jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sangsi akan diterima. Dimana sangsi tersebut

---

[36]M.Fuad,Cristin H, Sugiarto, Paulus dan Y.E.F, *Pengantar Bisnis,* (Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2000),, 128-130

[37]Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis,* (Jakarta: Rajawali Press, 2012) h. 11

[38]*Ibid.*

[39] Irham Fahmi, *Etika Bisnis,* (Bandung: Alfabeta, 2013) h. 2

dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.[40] Jadi dalam melakukan sebuah kegiatan terutama dalam usaha tentunya ada etika yang mengatur sehingga dalam kegiatan tersebut dapat menimbulkan keharmonisan antar sesama.

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Pada umumnya, prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sehari-sehari, dan prinsip-prinsip ini sangat berhubungan erat terkait dengan sistem nilai-nilai yang dianut dikehidupan masyarakat.

Menurut Sonny Keraf prinsip-prinsip etika bisnis adalah sebagai berikut:

a. Prinsip Otonomi, adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan.
b. Prinsip kejujuran, terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas dasar kejujuran. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Ketiga, jujur dalam kerja intern dalam suatu perusahaan.

[40]*Ibid,* h. 3

c. Prinsip keadilan, menuntut agar setiap orang agar diperlakukan secara sama sesuai denga aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggung jawabkan.
d. Prinsip saling menguntungkan, menuntut agar bisnis dijilankan sedemikian rupa, sehingga menguntungkan semua pihak.
e. Prinsip integritas moral, terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam perilaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap terjaga nama baik pimpinan maupun perusahaan.[41]

3. Manajemen Pemasaran Menurut Etika Bisnis Islam

Bisnis tidak bisa dipisahkan dari aktivitas pasar. Dimana bisnis tersebut mempunyai beberapa aktifitas yang paling utama yaitu perencanaan, pelaksanaan, pengawasan atas program-program untuk menghasilkan sesuatu tujuan target pasar, Serta untuk memenuhi keinginan konsumen.[42]Oleh karena itu, apapun yang dilakukan oleh aktifitas pemasaran adalah berorientasipada kepuasan pasar. Dimana kepuasan pasar adalah kondisi saling ridha dan rahmat antar pembeli dan penjual atas transaksi yang dilakukan.[43]

Dalam kerangka Islam, etika pemasaran tentu perlu didasari pada nilai-nilai yang dikandung Al-Qur'an dan Hadist Nabi, diantaranya yaitu "Hai orang-orang yang beriman, janganlahkamu memakan harta sesamu dengan jalan bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlakudengan

[41]Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis,* (Jakarta: Rajawali Press, 2012) h. 17-18
[42]Muhammad, *Etika Bisnis Islami,* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004) h. 99
[43]*Ibid.*

saling suka sama suka diantara kamu. Sesungguhnya Allah maha pengasih lagi maha penyayang."[44] Dari ayat tersebut bisa diketahui bahwa seseorang yang melakukan bisnis hendaknya dilarang dengan cara merampas harta orang lain seperti riba, dan setiap jual beli hendaknya dilakukan dengan rasa suka sama suka sehingga akan mendapatkan ridha dari Allah.

Dengan demikian, Islam mengatur bentuk-bentuk perilaku dalam muamalah dengan baik, sehingga memberikan dampak kebaikan terhadap semua. Manajemen pemasaran berdasarkan etika bisnis Islam, setidaknya harus memenuhi unsur-unsur berikut ini:[45]

1. Tauhid. Prinsip ini mengantarkan manusia mengakui bahwa keesaan Allah mengandung konsekuensi keyakinan bahwa segala sesuatu bersumber serta kesudahannya berakhir kepada Allah.
2. Keseimbangan. Prinsip ini mengantarkan manusia Muslim meyakini bahwa segala sesuatu diciptakan Allah dalam keadaan seimbang dan serasi.
3. Kehendak bebas. Merupakan prinsip yang mengantarkan seorang Muslim meyakini bahwa Allah memiliki kebebasan mutlak, namun juga Allah memberikan kebebasan kepada manusia untuk memilih jalannya sendiri, baik itu yang baik ataupun yang buruk. Inilah kemudian, dasar lahirnya prinsip tanggung jawab.
4. Tanggung jawab. Manusia sebagai individu dan kolektivitas mempunyai kebebasan penuh untuk menentukan nasibnya sendiri, tapi harus sesuai dengan kaidah-kaidah Islam.

---

[44]Q.S An Nisaa'(4): 29

[45] Khoiruddin,*Implementasi Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2012), h. 11- 12.

Berdasarkan Unsur-unsur di atas, dapat diimplementasikan dalam tindakan sebagai berikut:[46]

1. Jujur
2. Menjual barang yang baik mutunya. Salah satu cacat etis dalam bisnis adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis.
3. Dilarang menggunakan sumpah. Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pebisnis kelas bawah apa yang dikenal dengan obral sumpah.
4. Membangun hubungan baik *(interrelationship*) antar kolega.
5. tertib administrasi. Dalam dunia usaha wajar terjadi praktik
6. pinjam meminjam. Dalam hal ini al-Qur'an mengajarkan perlunya
7. administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dari kesalahanyang mungkin terjadi, sebagaimana tercantum dalam firman Allah dalam QS Al Baqarah 282.
8. Menetapkan harga dengan transparan. Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh keuntungan, namun hak pembeli tetap harus dihormati.

---

[46] Rinol Sumantri, Nur Aisyah Yuliza, "Teori-Teori Etika Perilaku Bisnis Dan Pandangan Islam Tentang Perilaku Etika Bisnis" dalam *Jurnal I-Economics Journal*,(Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang), Vol. 1. No. 1, 2015, h 20-27

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif latar belakang dan keadaan sekarang dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial.[47] Penelitian yang peneliti lakukan ini bertempat di PT. Lautan Teduh Punggur yang beralamatkan di Jl. Raya Totokaton Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu memberikan gambaran secermat mungkin mengenai suatu individu, atau kelompok tertentu.[48] Bersifat kualitatif merupakan prosedur yang menghasilkan data deskriptif yang bersumber dari tulisan atau ungkapan dan tingkah laku yang diobservasi manusia.[49]

Berdasarkan uraian di atas penelitian bersifat deskriptif kualitatif dalam penulisan ini adalah menggambarkan atau mengungkapkan suatu fakta secara menyeluruh dan sesuai dengan konteks melalui pengumpulan

---

[47] Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 17.

[48] Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, 1985), h. 44.

[49] Burhan Ashofa, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 16.

data kenyataan yang ada dengan masalah yang diteliti yaitu tinjauan etika bisnis Islam terhadap manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur.

B. Sumber Data

Sumber data adalah salah satu yang paling vital dalam penelitian. Kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka data yang diperoleh juga akan meleset dari yang diharapkan.[50]

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data yang dihasilkan atau data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.[51] Pada penelitian kualitatif, peneliti memasuki situasi sosial tertentu, melakukan observasi dengan melakukan wawancara kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi sosial.penetuan sumber data pada orang yang diwawancari dilakukan secara pruposive.[52]

Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah bagian administrasi dan dokumentasi, kepala bagian manajemen dan pemasaran, serta konsumen. Sedangkan kriteria konsumen yaitu konsumen yang membeli motor merk Yamaha selama promosi DP murah, konsumen yang melakukan pembayaran dibagian administrasi selama tiga bulan di PT. Lautan Teduh Punggur selama masa promosi DP murah, serta konsumen yang membeli motor merk Yamaha ketika masa panen tiba.

---

[50] M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian.*, h. 129.

[51] Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 103.

[52] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D,* (Bandung: IKAPI, 2014), h. 216

Sumber data dipilih berdasarkan teknik *sampling*. Teknik sempling yang penulis gunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sempel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Memilih orang sebagai sempel, yaitu dengan memilih orang yang benar-benar mengetahui atau memiliki kopetensi dengan topik penelitian.[53] Sesuai dengan *purposive sampling* dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 10 pembeli motor merk Yamaha di PT. Lautan Teduh Punggur.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Sumber data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari sumber lain yang mungkin tidak berhubungan langsung dengan peristiwa tersebut.[54] Adapun yang menjadi sumber penunjang dalam penelitian ini adalah buku-buku diantaranya buku Etika Bisnis Islam karya Muhammad, Manajemen Bisnis Syariah karya Ali Hasan, Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis karya Agus Arijianto, skripsi dan dokumen, yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara

---

[53] Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Press,2012), h.79.

[54] *Ibid.*, h. 105

pewawancara dengan responden atau orang yang diwaawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.[55]

Wawancara ini dilakukan guna memperoleh data yang ada kaitannya dalam penelitian ini, peneliti mengunakan bentuk wawancara bebas terpimpin yaitu wawancara yang tidak didasarkan pada suatu sistem atau daftar pertanyaan yang ditetapkan sebelumnya.[56] Adapun data yang akan dihasilkan dalam wawancara ini yaitu mengumpulkan laporan-laporan yang ada di PT. Lautan Teduh Punggur. Laporan tersebut didapatkan dari Bapak Hartono selaku kepala cabang PT. Lautan Teduh Punggur tentang kebijakan manajemen pemasaran, Ibu Diah Ojeng Staff bagian administrasi dan dokumentasi serta Bapak Eko Susanto kepala bagian manajemen dan pemasaran tentang strategi pemasaran, serta data dari konsumen (Ibu Tuminah, Bapak Suhendra, Ibu Dewi, Bapak Rian,) pembeli motor merk Yamaha selama masa promosi DP murah.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan dan pemilihan dari dokumen seperti rekaman masa lalu yang ditulis atau dicetak dapat berupa catatan anekdot, surat, buku harian, dan dokumen dokumen.[57] Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang terkait etika bisnis Islam dalam manajemen pemasaran seperti data prosedur pemasaran, peraturan manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur. Dokumentasi ini

---

[55] M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian.,* h. 133.
[56] W Cholid Narbuko dan Abu Achamid, *Metodolodi Penelitian.,* h. 85.
[57]*Ibid,*

digunakan untuk memperkuat data yang dikumpulkan sebagai bukti nyata guna mendapatkan data yang diperlukan secara maksimal.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyerderhanaan dalam bentuk yang lebih mudah dibaca diinterprestasikan. Di dalam menganalisis data, yang digunakan dalam menganalisa deskriptif kualitatif, adalah data yang diperoleh dalam bentuk metode kualitatif. Metode kualitatif tersebut adalah data yang diuraikan dan dapat dijabarkan sedemikian rupa disertai pembahasan dan kemudian hasil analisis tersebut menjawab permasalahan dan penelitian.[58]

Cara berfikir induktif adalah cara yang digunakan penulis dalam menganalisis data. Adapun berfikir induktif yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa konkrit, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.[59]

Berdasarkan keterangan tersebut, maka dalam menganalisa data peneliti menggunakan data yang telah diperoleh dalam bentuk uraian-uraian kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi serta fakta-fakta yang ada di lapangan tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur.

---

[58] Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: LP3ES, 1989), h. 192.

[59] Sastrisno, *Metode Research Jilid I*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984), h. 40.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil PT. Lautan Teduh Punggur

1. Sejarah PT. Lautan Teduh Punggur

PT. Lautan Teduh Bandar Lampungmerupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang penyaluran kendaransepeda motor merk Yamaha di Bandar Lampung. PT. Lautan Teduh Bandar Lampung berdiri pada tahun 1966 yang padaawalnya bergerak dalam bidang penjualan Spare Part, berdasarkan Akte Notaris:XIV/1969 tanggal 17 April 1969. Namun dalam perkembangannya pada tahun1972 PT. Lautan Teduh dipercaya sebagai dealerutama sepeda motor merk Yamaha di wilayah Lampungyang ditunjuk oleh PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia(YMKI) sebagai agen tunggal pemegang merk sepeda motor Yamaha di Indonesiayang berkedudukan di Jakarta.PT. Lautan Teduh Bandar Lampung beralamatdi Jalan Ikan Tenggiri No.24 Teluk Betung Bandar Lampung. Dalam menjalankanusahanya PT. Lautan Teduh Bandar Lampungmemperoleh Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Nomor:42/510/5/CAB/X/2001 yang dikeluarkan oleh Kantor Wilayah perdagangan di Lampung pada tanggal 2 Oktober 2001 serta Surat Izin Tempat Usaha (SITU)yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Bandar

Lampung pada tanggal 13 Februari 2006 dengan Nomor: 332/II/A/TBS/2006.[60]

PT. Lautan Teduh Bandar Lampungmenjalankan usahanya dengan mematuhi tata tertib yang berlaku, diantaranyadengan membayar pajak dengan memperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP): 01.117.629.4-324.001. PT. Lautan Teduh Bandar Lampungmerupakan bagian usaha PT Lautan Berlian Utama Motor di Sumatra Selatan. Berbekal pengalaman perusahaan ini memutuskan untuk melakukanekspansi ke Bandar Lampung dan Pulau Jawa, demi memberikan kemudahan serta kepuasan bagi pelanggan dalammemperbaiki kendaraannya.[61] PT. Lautan Teduh Bandar Lampung membuka bengkel resmi guna pemeliharaan dan perbaikankendaraan, serta penyediaan spare part.Saat ini perusaahan ini dipimpin oleh Bapak Alwi Sunkono sebagai penanggungjawab. Pada mulanya perusahaan ini merupakan perusahaan kecil yang hanyamempekerjakan beberapa karyawan saja. Namun pada akhirnya perusahaan ini membuktikan keberhasilannya dengan semakin berkembangnya cabang perusahaan.

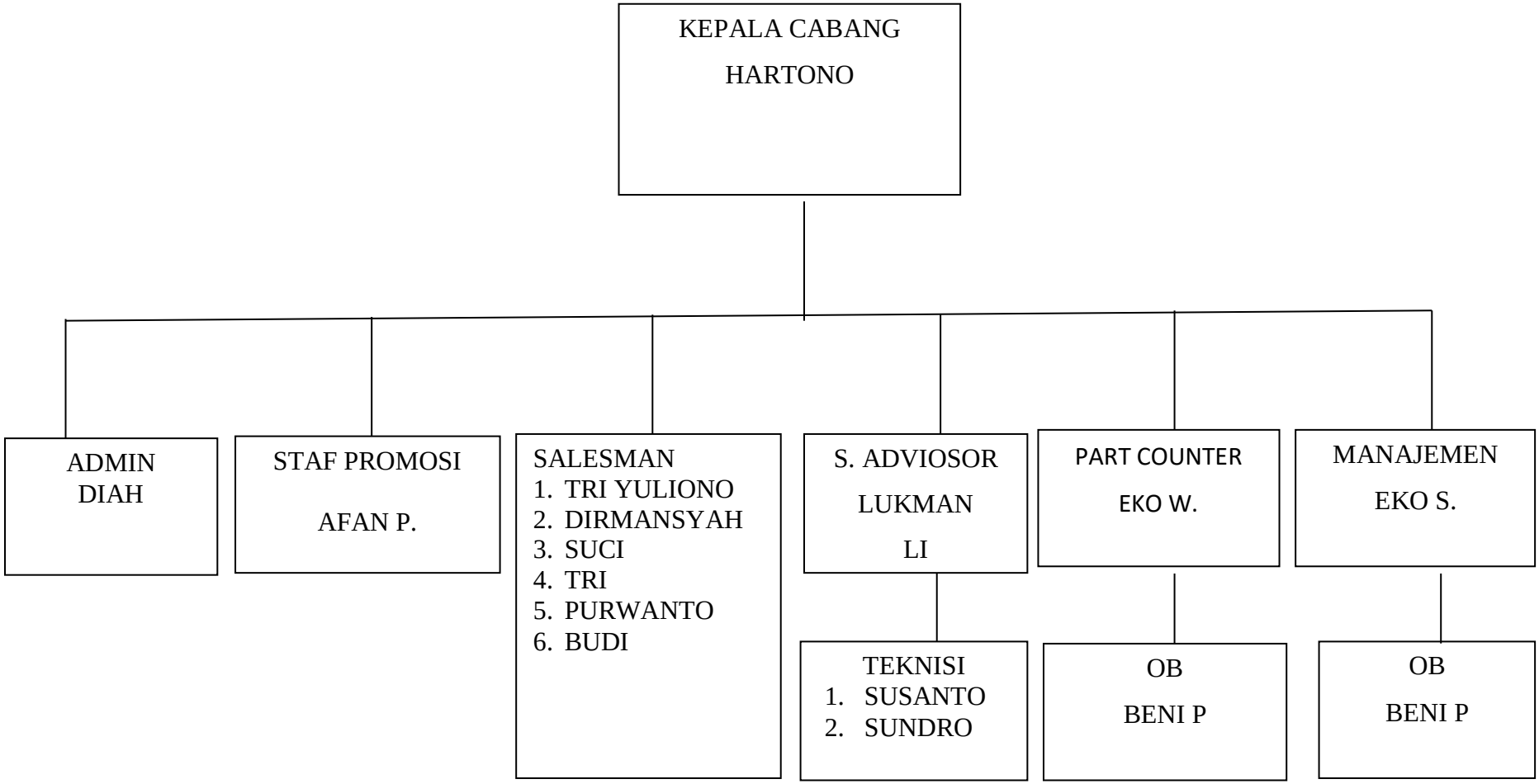
PT. Lautan Teduh Punggur merupakan salah satu cabang yang sudah lama berdiri sejak tahun 2010 yang beralamatkan di JL. Raya Totokaton Kecamatan Punnggur Tepatnya di depan SMK Karyawiyata kabupaten Lampung Tengah. Pada awal tahun 2010 PT. Lautan Teduh cabang Punggur dipimpin oleh bapak Arif selama satu tahun. Kemudian pada tahun berikutnya yaitu tahun 2011-2014 dipimin oleh bapak Yongki.

[60]Dokumentasi diambil pada 11 Juni 2018
[61]Dokumentasi diambil pada 11 Juni 2018

selanjutnya pada tahun 2014-2018 dipimpin oleh bapak Hartono. PT. Lautan Teduh punggur juga menawarkan jasa service dan penjualan motor merk Yamaha, dimana salah satu produk motor merk Yamaha yaitu Yamaha Vi-Xion, Jupiter Z, Jupiter MX, Vega R, Yamaha Mio, dan Yamaha Mio soul.[62]

[62]*Ibid,*

2. Struktur Organisasi PT. Lautan Teduh Punggur



3. Visi dan Misi PT. Lautan Teduh Punngur

   a. Visi

      1) Menjadi perushaan yang menjual motor merk Yamaha serta memiliki jaringan pemasaran

      2) Menjadi perusahaan yang terpercaya, meliputi sumber daya manusia yang handal, sisitem pengelolaan keungan yang solid dan Infrastuktur yang tepat guna.[63]

   b. Misi

      1) Melakukan terobosan untuk pengembangan bisnis dengan membentuk jaringan-jaringan diantaranya penjualan, perawatan dan suku cadang

      2) memastikan terjadinya pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar disetiap wilayah operasional

      3) mengembangkan dan menempatkan karyawan sesuai dengan tuntutan kompetensi jabatan sehingga karyawan memilikikapasitas serta dapat melaksanakan tugas-tugas serta tanggung jawab yang baik.[64]

B. Manajemen Pemasaran PT. Lautan Teduh Punggur

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang dibuat untuk membentuk,

[63]Dokumentasi diambil pada 11 Juni 2018
[64] *Ibid,*

membangun dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan).[65]

Berdasarkan wawancara dengan bapak Eko Susantosebagai kepala bagian manajemen dan pemasaran PT. Lautan Teduh Punggur yangsudahbekerjaselamatigatahun. Latar belakang berdirinya PT. Lautan Teduh Punggur yaitu karena untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan juga semakin berkembangannya suatu pemasaran yang semakin lama semakin canggih.PT. Lautan Teduh Punggur menjalankan manajemen pemasaran yang dilaksanakan oleh 15 karyawan. Konsep pemasaran yang telah dituturkan oleh bapak Eko Susanto yaitu dengan menjalankan *mapping area* (pemetaan area) yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang detail dalam area tersebut sehingga akan mudah untuk mencari informasi dari masyarakat. Strategi Pemasaran yang ada di PT. Lautan Teduh Punggur yaitu dengan penambahan pos dan penambahan SDM (Sumber Daya Manusia). Penambahan pos seperti penambahan area dan penambahan suatu jaringan sedangkan penambahan SDM (Sumber Daya Manusia) seperti penambahan karyawan serta tenaga-tenaga ahli yang mempunyai keahlian dibidang tersebut dan mampu untuk bertanggung jawab.[66]

Program pemasaran yang diunggulkan di PT. Lautan Teduh Punggur mengadakan promo DP murah senilai Rp 500.000,-, promo berhadiah dengan cara dilakukan kupon undian.Pengelolaan ruang lingkup manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur yaitu dengan mengatur *planing* setiap

---

[65] Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 12

[66] Wawancara dengan bapak Eko Susanto selaku bagian manajemen dan pemasaran pada tanggal 11 Juni 2018

akhir bulan. Prinsip yang diterapkan dalam melakukan manajemen pemasaran yaitu mampu untuk mencapai target penjualan serta penambahan. Menurut bapak Eko Susanto selaku bagian manajemen dan pemasaran kebijakan khusus mengenai pengelolaan unsur-unsur manajemen pemasaran itu tidak ada. Keunggulan sistem manajemen dibandingkan dengan sistem manajemen yang lain yaitu dimana PT. Lautan Teduh Punggur mampu melakukan tugas pemasaran barang, jasa dan faktor lingkungan yang memberikan pengaruh serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya. Menurut bapak Eko Susanto selaku bagian manajemen dan pemasaran bahwa etika bisnis Islam yaitu suatu aturan atau yang tidak menyimpang dengan ajaran Islam.[67]PT. Lautan Teduh Punggur menggunakan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam melakukan pemasaran dengan cara sesama perusahaan dengan produk yang sama tidak boleh saling menjatuhkan dan menjelekan, serta tidak diperbolehkan bermain dengan discount yang lebih besar.PT. Lautan Teduh Punggur memberikan ketentuan-ketentun yang harus dipatuhi oleh konsumen seperti persyaratan yang lengkap apabila konsumen melakukan kredit dengan mengikuti aturan yang berlaku. Persyaratanya seperti foto copy KTP, token listrik dan Kartu Keluarga. PT. Lautan Teduh Punggur juga memberikan batasan-batasan etika dalam pemasaran yaitu dilarang menjelekan atau menjatuhkan perusahaan yang lain.[68]

Selanjutnya terkait dengan promo DP murah bahwa konsumen mendapat distribusi langsung dari pusat, sehingga konsumen mendapatkan

---

[67] *Ibid,*
[68]*Ibid,*

keringan dari harga awal Rp. 1.500.000,- menjadi Rp 500.000,-.[69] Namun pihak PT. Lautan Teduh Punggur menyarankan kepada konsumen untuk mengatakan kepada pihak leasing bahwa DP yang diberikan kepada pihak PT. Lautan Teduh sebesar Rp. 1.500.000,- atau sesuai harga normal. Hal ini juga dikatakan oleh pihak konsumen yang mendapatkan promo DP murah. Pernyataan tersebut bermaksud untuk pencapaian sebuah target yang diharapkan oleh PT. Lautan Teduh Punggur.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Diah Ojeng staff bagian administrasi dan dokumentasi yang sudah bekerja selama dua tahun. Konsep pemasaran yang telah diterapkan oleh pihak manajemen pemasaran dengan cara pemetaan suatu area ketika akan mengeluarkan produk baru. PT. Lautan Teduh Punggur menggunakan strategi pemasaran dengan cara penambahan karyawan karena pada saat ini menurutnya masih kurangnya tenaga-tenaga ahli sehingga ada beberapa target penjualan yang tidak tercapai.[70] Menurut Ibu Diah Ojeng program-program pemasaran yang diunggulkan di PT. Lautan Teduh Punggur yaitu pemberian DP murah, karena ketika DP murah diberikan kepada konsumen maka penjualan tersebut akan bertambah. Pengelolaan ruang lingkup manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur mengikuti aturan promosi yang berlaku di pusat.Prinsip yang diterapkan PT. Lautan Terduh Punggur yaitu denganpencapaian target penjualan. Kebijakan khusus mengenai pengelolaan unsur-unsur manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur tidak ada. Keunggulan sistem manajemen pemasaranyang diterapkan di PT.

[69]Wawancara dengan bapak Eko Susanto selaku bagian manajemen dan pemasaran pada tanggal 11 Juni 2018

[70]Wawancara dengan ibu Diah Ojeng selaku bagian administrasi dan dokumentasi pada tanggal 11 Juni 2018

Lautan Teduh Punggur yaitu mampu mempengaruhi keinginan dari konsumen. Menurut ibu Diah Ojeng etika bisnis Islam yaitu sebuah aturan ataupun norma yang sesuai dengan syari'at Islam.[71]PT. Lautan Teduh Punggur menggunakan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam pemasaran yaitu tidak boleh saling menjelekan dan menjatuhkan sesama perusahaan karena setiap perusahaan pasti ada keunggulan tersendiri. Menurut ibu Diah Ojeng ketentuan-ketentuan yang harus dipatuhi oleh konsumen yaitu mengikuti aturan yang ada di PT. Lautan Teduh Punggur apabila konsumen akan melakukan kredit yaitu dengan melengkapi persyaratan seperti fotocopy KTP, fotocopy Kartu Keluarga dan token listrik. PT. Lautan Teduh Punggur memberikan batasan-batasan etika dalam pemasaran yaitu tidak diperbolehkan menjelekan dan menjatuhkan sesama perusahaan.[72]

Berdasarkan wawancara dengan konsumen yang telah membeli motor merk yamaha di PT. Lautan Teduh Punggur kepada ibu Tuminah yang membeli motor merk Yamaha selama empat tahun, ibu Dewi selama dua tahun, bapak Suhendra selama tiga tahun setengah, dan bapak Rian selama tiga tahun. Konsumen tersebut benar-benar tidak mengetahui secara rinci tentang sistem pemasaran, tetapi mereka mengakui merasa nyaman dengan pelayanan jasa serta penjualan yang diberikan oleh PT. Lautan Teduh Punggur. Praktek penawaran hingga akad pembelian barang yang ada di PT. Lautan Teduh Punggur, dimana konsumen pada saat itu diberikan penawaran promo DP murah seharga Rp. 500.000,- setelah itu konsumen juga disarankan untuk

---

[71]*Ibid,*

[72] Wawancara dengan ibu Diah Ojeng selaku bagian administrasi dan dokumentasi pada tanggal 11 Juni 2018

melakukan akad kepada pihak leasing dan membayarnya sampai dengan angsuran tersebut selesai.[73]Etika bisnis Islam menurut ibu Tuminah, bapak Suhendra, ibu Dewi, bapak Rianyaitu aturan yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Mengenai hal-hal yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yang dilakukan pihak pemasaran PT. Lautan Teduh Punggur, dimana konsumen mengakui benar adanya sebuah pelanggaran yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Konsumen dilarang oleh pihak PT. Lautan Teduh Punggur agar tidak memberitahu kepada pihak leasing bahwa pembayaran DP motor seharga Rp. 500.000,-.[74]

C. Tinjaun Etika Bisnis Islam terhadap Manajemen Pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur

Manajemen pemasaran dapat dikatakan bahwa suatu analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang direncanakan untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang bermanfaat dengan pembeli untuk mencapai tujuan.[75]Etika adalah semua norma atau aturan umum yang harus diperhatikan dalam berbisnis yang merupakan sumber dari nilai-nilai yang luhur dan perbuatan yang baik. Etika tidak memiliki sanksi yang jelas, selain barangkali sanksi moral, ataupun sanksi dari Yang Maha Kuasa[76]

---

[73]Wawancara dengan ibu Tuminah, bapak Suhendra, ibu Dewi, bapak Rian, selaku konsumen motor merk Yamaha pada tanggal 12 Juni 2018

[74]*Ibid,*

[75]M.Fuad,Cristin H, Sugiarto, Paulus dan Y.E.F, *Pengantar Bisnis,* (Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2000), h. 124

[76]Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis,* (Jakarta: Rajawali Press, 2012) h. 11

Dalam kerangka Islam, etika pemasaran tentu perlu didasari pada nilai-nilai yang dikandung Al-Qur'an dan Hadist Nabi, diantaranya yaitu "Hai orang-orang yang beriman, janganlahkamu memakan harta sesamu dengan jalan bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlakudengan saling suka sama suka diantara kamu. Sesungguhnya Allah maha pengasih lagi maha penyayang."[77] Dari ayat tersebut bisa diketahui bahwa seseorang yang melakukan bisnis hendaknya dilarang dengan cara merampas harta orang lain seperti riba, dan setiap jual beli hendaknya dilakukan dengan rasa suka sama suka sehingga akan mendapatkan ridha dari Allah.

Berdasarkan hasil wawancara kepada bapak Eko Susanto sebagai bagian manajemen dan pemasaran dan ibu Diah Ojeng sebagai bagian staff administrasi dan dokumentasi, secara garis besar penulis mengambil analisa bahwa manajemen pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur sesuai dengan teori yang ada karena manajemen pemasaran yang paling utama yaitu perencanaan (*planing).* Perencanaan meliputi tindakan untuk memilih, menghubungkan fakta-fakta serta membuat dan menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dalam memvisualisasikan dan merumuskan aktivitas-aktivitas yang dianggap perlu untuk mencapai hasil-hasil yang diinginkan.[78] Pencapaian sebuah target penjualan PT. Lautan Teduh Punggur menggunakan strategi pemasaran dengan cara memberikan promo DP murah kepada konsumen sehingga mereka pun tertarik untuk membelinya, karena ketika DP motor normal seperti biasanya maka penjualannya akan semakin turun dan bahkan konsumen akan membeli ke

[77]Q.S An Nisaa'(4): 29
[78]OnongUchjanaEfendy, *System Informasi,* h 18

produk yang sama tetapi dengan merk yang berbeda. Di dalam etika bisnis Islam terdapat prinsip saling menguntungkan. Sehingga ketika promo DP murah diadakan, maka motor yang ada di PT. Lautan Teduh Punggur laku terjual dan konsumenpun juga mendapatkan keuntungan dengan diadakannya promo DP murah, maka penjualan tersebut juga harus didasarkan rasa suka sama suka.

Di dalam etika bisnis Islam juga disampaikan bahwa untuk pembelian dan penjulan harus didasarkan rasa suka sama suka, serta menetapkan harga dengan transparan karena jika tidak transparan bisa mengandung unsur penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh keuntungan, namun hak pembeli tetap harus dihormati. sehingga mendapatkan Ridha dari Allah SWT.

Selanjutnya tentang penggorganisasian *(organizing)* yang dimana menjelaskan tentang pengelompokan sumberdaya (manusia dan lainya) yang dimiliki agar pelaksanaan dari suatu perencanaan dapat tercapai.[79] Sedangkan untuk sumberdaya manusia yang dimiliki oleh PT. Lautan Teduh Punggur yaitu dengan penambahan karyawan. Penambahan karyawan memang sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan. Ketika karyawan sedikit ataupun berkurang perusahaan tersebut sulit untuk mendapatkan hasil yang maksimal bahkan mereka juga sulit untuk membagi waktu untuk mengembangkan keahlian yang dimiliki oleh masing-masing karyawan dan

[79]Buchari Alma, DonniPriansa, *Manajemen Bisnis,* h 120

juga harus mempunyai jaringan yang lebih luas. Prinsip yang terdapat di etika bisnis Islam yaitu prinsip otonomi di mana sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan. Etika bisnis Islam juga menganjurkan dalam melakukan sebuah kegiatan terutama dalam usaha tentunya ada etika yang mengatur, sehingga dalam kegiatan tersebut dapat menimbulkan keharmonisan antar sesama, serta sesama karyawan bisa membangun hubungan baik *(interrelationship)* yang bisa membuat perusahan itu semakin damai. Pengambilan keputusan untuk penambahan karyawan dianggapnya baik karena untuk pencapaian sebuah target dari penjualan motor merk Yamaha di PT. Lautan Teduh Punggur.

Berdasarkan penggiatan (*actuating*) adalah proses mempengaruhi yang lain untuk bekerja menuju pencapaian tertentu. Penggiatan adalah dorongan terhadap terlaksanakanya perencanaan yang telah terorganisir. Selain promo DP murah yag telah diberikan konsumen dan serta karyawan yang mampu mempunyai keahlian menarik hati konsumen supaya mau untuk membelinya maka PT. Lautan Teduh Punggur itu juga harus membuat kegiatan yang lain, seperti dengan diadakannya event-event, atau pendirian tenda-tenda yang dimana perusahaan tersebut memberikan service gratis untuk diberikan kepada konsumen, serta memberikan hadiah yang telah mengikuti kegiatan tersebut, maka konsumen akan merasa puas ketika melihat pelayanan yang diberikan oleh PT. Lautan Teduh Punggur. Etika bisnis Islam memiliki prinsip saling menguntung. Keuntungan yang didapat oleh konsumen di PT. Lautan Teduh Punggur yaitu dengan diadakannya

event-event dan pemberian service gratis, dimana dengan tujuan agar konsumen tetap bisa menjalin hubungan yang baik dengan perusahaaan tersebut.

Pengawasan (*controling*) merupakan proses pengecekan rencana dan pelurusan penyimpangan dari arah yang telah direncanakan suatu aktivitas yang sinambung. Pengawasan juga merupakan proses dimana manajermen mastikan bahwasum berdaya diperoleh dan dipastikan secara efektif dan efesien mencapai tujuan.[80] PT. Lautan Teduh Punggur setiap bulannya harus mempunyai rencana untuk pencapaian target. Ketika rencana itu berjalan dengan baik maka penjualan akan sesuai dengan target, tetapi jika rencana itu membuat penjualan semakin menurun manajer harus mengevaluasi tentang apa yang sebenarnya membuat penjualan itu semakin menurun, sehingga akan mengetahui darimana letak kesalahannya dan segera untuk memperbaikinya serta tetap terjaga nama baik PT. Lautan Teduh Punggur tersebut. Etika bisnis Islam mempunyai prinsip Integritas moral, yang di mana PT. Lautan Teduh Punggur ketika menjalankan *planing* yang telah dibuat harus tetap menjaga nama baik dari perusahaan itu, mereka tidak boleh saling menjatuhkan sesama perusahaan. Manusia sebagai individu dan kolektivitas mempunyai kebebasan penuh untuk menentukan nasibnya sendiri, tapi harus sesuai dengan kaidah-kaidah Islam. Islam juga mengajarkan Menjual barang yang baik mutunya. Salah satu cacat etis dalam bisnis adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis.

---

[80]*Ibid,* h 28

Berdasarkan wawancara kepada konsumen yang dimana terdiri dari ibu Tuminah, bapak Suhendra, ibu Dewi, bapak RianPT. Lautan Teduh Punggur tidak menjalankan manajemen pemasaranya berdasarkan etika bisnis Islam. Promo DP murah yang diberikan kepada konsumen membuat mereka tertarik untuk membelinya, tetapi ketika terjadi akad antara perusahaan dengan konsumen dan setelah itu dilanjutkan kepada pihak leasing, maka konsumen dilarang untuk memberitahu kepada pihak leasing bahwa DP yang diberikan kepada pihak perusahaan hanya Rp 500.000-,. Dari pernyataan tersebut maka pihak PT. Lautan Teduh Punggur sudah melanggar aturan etika bisnis Islam yang dimana tidak adanya sebuah kejujuran kepada pihak leasing untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan tersebut. Cara tersebut sangatlah dilarang oleh Islam. Setiap penjualan boleh mengambil keuntungan, dimana penjualan tersebut harus berdasarkan rasa suka sama suka, adanya transparan antara pihak leasing, konsumen maupun PT. Lautan Teduh, sehingga akan terjalin hubungan baik antar sesamanya dalam sebuah penjualan dan tidak adanya riba, jadi penjualan yang dilakukan akan mendapatkan ridha dari Allah SWT.

Dari hasil pemaparan diatas maka dari pihak PT. Lautan Teduh Punggur dan leasing tidak adanya unsur transparan. Konsumen juga tidak mendapatkan keadilan untuk mendapatkan sebuah hak atas harga yang telah diberikan oleh leasing. Meskipun konsumen membayar DP dengan harga Rp 500.000,- tetapi leasing membebankan harga tambahan pada saat pembayaran angsuran, sehingga yang mendapatkan keuntungan dari hasil penambahan tersebut yaitu bagian marketing.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Manajemen pemasaran yang ada di PT. Lautan Teduh Punggur terdiri dari perencanaan *(planing)*, pengorganisasian (*organizing*), penggiatan (*actuating*), Pengawasan (*controling*). Perencanaan yang ada di PT. Lautan Teduh Punggur dengan memberikan promo DP murah kepada konsumen agar tertarik untuk membelinya sehingga strategi pemasaran dengan menggunakan harga bisa mencapai target penjualan. Pengorganisasiannya dengan penambahan karyawan yang sesuai dengan keahliannya masing-masing. Penggiatann di PT. Lautan Teduh Punggur yaitu dengan penambahan suatu jaringan, sedangkan untuk pengawasan di PT. Lautan Teduh Punggur membuat planing setiap akhir bulan.

Berdasarkan hasil penelitian, pelaksanaan promo DP murah ditinjau dari etika bisnis Islam kurang sesuai dengan etika bisnis Islam hal ini disebabkan karena tidak adanya unsur kejujuran dalam pelaksanaan promo tersebut, tidak adanya transparan dalam penambahan harga yang ditetapkan pada saat pembayaran angsuran dan tidak adanya rasa keadilan yang didapatkan oleh konsumen.

B. Saran

Hendaknya PT. Lautan Teduh Punggur mencari solusi atas kurang sesuainya pelaksanaan promo DP murah dengan etika bisnis Islam. Sehingga promo DP murah tetap berjalan dengan baik tanpa menyimpang dari etika bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Arijianto. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis.* Jakarta: Rajawali Press. 2012

A. Kadir. *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Quran,*. Jakarta: Sinar Grafika Offset. 2010

Ali Hasan. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2015

Buchari Alma.DonniPriansa, *ManajemenBisnisSyariah.* Bandung: Alfabeta. 2014

-------.*Kewirausahaan.* Bandung: Anggota IKAPI. 2011

-------.*Pengantar Bisnis.* Bandung: Alfabeta, Cetakan-16 2013

-------.*Pengantar Bisnis.* Bandung: IKAPI. 2012

Burhan Ashofa.*Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta. 2004

Irham Fahmi.*Etika Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2011

Juliansyah Noor.*Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Kencana. 2008

Khoiruddin.*Implementasi Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Lampung: IAIN Raden Intan Lampung. 2012

Koentjaraningrat.*Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia. 1985

Masri Singarimbun dan Sofian Efendi.*Metode Penelitian Survey.* Jakarta: LP3ES. 1989

M.Fuad, *et.all.,Pengantar Bisnis.* Jakarta: PT. Gramedia Utama. 2000

Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam.* Jakarta: Rajawali Pers. 2013

Muhammad.*Etika Bisnis Islami.*Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. 2004

M. Mursaid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara. 1997

Nanang Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif.* Jakarta: Rajawali Press. 2012

OnongUchjanaEfendy.*System InformasiManajemen.*Bandung: MandarMaju. 1996

-------. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997

Panji Anoraga.*Manajemen Bisnis*. Jakarta:PT Rineka Cipta. 2009

Sastrisno.*Metode Research Jilid I.* Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM. 1984

Sofjan Assauri.*Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: IKAPI. 2014

Yusanto dan Widjajakusuma.*Menggagas Bisnis Islam.* Jakarta: Gema Insani Press, 2002

Rinol Sumantri, Nur Aisyah Yuliza. "Teori-Teori Etika Perilaku Bisnis Dan Pandangan Islam Tentang Perilaku Etika Bisnis" dalam *Jurnal I-Economics Journal*. Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Vol. 1. No. 1, 2015

Admin, "*Unsur-unsur Manajemen Pemasaran dalam Jurnal Internasional Manajemen Pemasaran*" dalam http://contohjurnal.web.id/jurnal-imternasional-manajemen-pemasaran-pdf-gratis/ diunduh pada 16 Agustus 2017

Bowo Setiawan, "*Strategi Bauran Pemasaran Tentang Promosi pada Toko Sepatu Bata Metro dalam Persepektif Etika Bisnis Islam"* (Metro: IAIN Metro, 2013)

Novi Listiawati, "*Sistem Pemasaran Kripik Lumpia di Desa Dayasakti Kecamatan Tumijajaran Kabupaten Tulang Bawang Barat dalam Persepektif Etika Bisnis Islan",* (Metro:IAIN, 2013)

Rini Istutiana, *Strategi Pemasaaran Rumah Makan Joglo dalam menarik konsumen di tinjau dari etika bisnis islam* (Metro: IAIN 2013)

ALAT PENGUMPUL DATA TENTANG TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MANAJEMEN PEMASARAN DI PT. LAUTAN TEDUH PUNGGUR

A. Wawancara

1. Wawancara dengan Kepala Bagian Manajemen dan Pemasaran

a. Sudah berapa lama bapak/ibu bekerja di PT. Lautan Teduh Punggur?

b. Apa yang menjadi latar belakang berdirinya PT. Luatan Teduh Punggur?

c. Ada berapa karyawan yang terlibat pada manajemen pemasaran?

d. Bagaimana konsep pemasaran yang diterapkan oleh pihak manajemen pemasaran?

e. Strategi pemasaran apa saja yang digunakan?

f. Apa saja program-program pemasaran yang diunggulkan?

g. Bagaimana pengelolaan ruang lingkup manajemen pemasarannya?

h. Prinsip apa yang diterapkan dalam melakukan menajemen pemasaran?

i. Apakah ada kebijakan khusus mengenai pengelolaan unsur-unsur manajemen pemasaran?

j. Apa keunggulan sistem manajemen pemasaran yang Bapak/Ibu terapkan dibanding dengan sistem manajemen pemasaran lainnya?

k. Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang etika bisnis Islam?

l. Apakah PT. Lautan Teduh Punggur menggunakan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam melakukan pemasaran?

m. Apakah ada ketentuan-ketentuan yang harus dipatuhi oleh konsumen?

n. Apakah PT. Lautan Teduh Punggur memberikan batasan-batasan etika dalam pemasaran?

2. Wawancara dengan Bagian Administrasi

a. Sudah berapa lama Bapak/Ibu bekerja di PT. Lautan Teduh Punggur?

b. Bagaimana konsep pemasaran yang diterapkan oleh pihak manajemen pemasaran?

c. Strategi pemasaran apa saja yang digunakan?

d. Apa saja program-program pemasaran yang diunggulkan?

e. Bagaimana pengelolaan ruang lingkup manajemen pemasarannya?

f. Prinsip apa yang diterapkan dalam melakukan menajemen pemasaran?

g. Apakah ada kebijakan khusus mengenai pengelolaan unsur-unsur manajemen pemasaran?

h. Apa keunggulan sistem manajemen pemasaran yang Bapak/Ibu terapkan dibanding dengan sistem manajemen pemasaran lainnya?

i. Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang etika bisnis Islam?

j. Apakah PT. Lautan Teduh Punggur menggunakan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam melakukan pemasaran?

k. Apakah ada ketentuan-ketentuan yang harus dipatuhi oleh konsumen?

l. Apakah PT. Lautan Teduh Punggur memberikan batasan-batasan etika dalam pemasaran?

3. Wawancara Dengan Konsumen

a. Sejak kapan Bapak/Ibu menjadi konsumen atau pembeli produk PT.Lautan Teduh Punggur?

b. Apa alasan Bapak/Ibu memilih PT. Lautan Teduh Punggur?

c. Bagaimana sistem pemasarannya menurut Bapak/Ibu?

d. Bagaimana cara mereka melakukan penawaran?

e. Bagaimana praktek penawaran hingga akad pembelian barang/angsuran barang selesai?

f. Apakah ada ketentuan-ketentuan khusus bagi pembeli?

g. Apakah anda merasa nyaman dengan sistem pemasaran PT.Lautan Teduh Punggur?

h. Menurut Bapak/Ibu bagaimana sistem manajemen pemasaran PT. Lautan Teduh Punggur?

i. Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang etika bisnis Islam?

j. Menurut Bapak/Ibu apakah ada hal-hal yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yang dilakukan pihak pemasaran PT.Lautan Teduh Punggur?

B. Dokumentasi

1. Sejarah dan profil PT. Luatan Teduh Punggur
2. Strutur organisasi PT. Lautan Teduh Punggur
3. Dokumen-dokumen manajemen pemasaran PT. Lautan Teduh Punggur

Metro, Mei 2018

Peneliti

Susi Kurniasih

NPM 13104534

Pembimbing I

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH

NIP. 19720611 199803 2 001

Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag

NIP. 19800516 200501 1 008

TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MANAJEMEN PEMASARAN DI PT LAUTAN TEDUH PUNGGUR

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

B. Pertanyaan Penelitian

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran

1. Konsep Manajemen
2. Manajemen Pemasaran
3. Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran
4. Unsur-unsur Manajemen Pemasaran

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam
2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam
3. Manajemen Pemasaran Menurut Etika Bisnis Islam

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian
2. Sifat Penelitian

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer
2. Sumber Data Sekunder

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Dokumentasi

D. TeknikAnalisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Profil PT Lautan Teduh Punggur

1. Sejarah PT Lautan Teduh Punggur
2. Struktur Organisasi PT Lautan Teduh Punggur
3. Visi dan Misi PT Lautan Teduh Punggur

B. Manajemen Pemasaran PT Lautan Teduh Punggur

C. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Manajemen Pemasaran PT Lautan Teduh Punggur

BAB V Penutup

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Metro, April 2018

Peneliti

Susi Kurniasih
NPM 13104534

Pembimbing I

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH
NIP. 197206111998032001

Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1195/In.28/D.1/TL.01/06/2018

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	SUSI KURNIASIH
NPM	:	13104534
Semester	:	10 (Sepuluh)
Jurusan	:	Ekonomi Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di PT. Lautan Teduh Punggur, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MANAJEMEN PEMASARAN DI PT. LAUTAN TEDUH PUNGGUR".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 05 Juni 2018

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Diah Ujeng.

Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1196/In.28/D.1/TL.00/06/2018
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Kepala PT. Lautan Teduh Punggur
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1195/In.28/D.1/TL.01/06/2018, tanggal 05 Juni 2018 atas nama saudara:

Nama	: **SUSI KURNIASIH**
NPM	: 13104534
Semester	: 10 (Sepuluh)
Jurusan	: Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT. Lautan Teduh Punggur, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MANAJEMEN PEMASARAN DI PT. LAUTAN TEDUH PUNGGUR".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 05 Juni 2018
Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

PT. LAUTAN TEDUH
Cabang Punggur
Jl. Metro Punggur, Kel. Totokaton
Kec. Punggur, Lampung Tengah
Telp. (0725) 7851881, Fax. (0725) 7851882
www.yamaha-lampung.com

YAMAHA

Punggur,2 Juli 2018

Nomor : 105/VII.07/2018
Lampiran : -
Hal : Balasan Izin Penelitian

Kepada Yth,
Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Insitut Agama Islam Negeri Metro
Di Tempat.

Dengan hormat,
Menindaklanjutin Surat No. 1196/In.28/D.1/00/06/2018 tentang Izin Research atas nama saudara:

Nama : Susi Kurniasih
NPM : 13104534
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah kami setujui untuk mengadakan penelitian di PT. Lautan Teduh Punggur dengan permasalahan dan judul :
"TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP MANAJEMEN PEMASARAN DI PT.LAUTAN TEDUH PUNGGUR"
Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Hormat Kami,
Kepala Cabang

PT. LAUTAN TEDUH
YAMAHA PUNGGUR

Hartono

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Susi Kurniasih**
NPM : 13104534
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
Semester / TA : IX/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 1.8.17	✓	- Benahi penulisan & sesuaikan dg teknik penulisan IAIN Metro - Semua penguntipan harus menyertakan sumber rujukan. - Deskripsikan alasan pemilihan judul.	
	Selasa 8.8.2017	✓	- Tambahkan uraian singkat ttg PT. Lautan Teduh pd LBM, begitu juga teori singkat terkait prinsip etika bisnis Islam untuk memperlihatkan kesenjangan antara teori & praktik. - Tambahkan penelitian yg relevan, jangan hanya satu. Cari dr IAIN dan luar IAIN Perlihatkan perbedaan mendasar dg penelitian yg telah dilakukan.	

Dosen Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs,

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Susi Kurniasih** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13104534 Semester / TA : IX/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at, 15-9-2017	✓	- Ikuti dan baca kembali buku pedoman penulisan terkait; 1. Margin. 2. Numbering 3. kutipan. - Perbanyak literatur jurnal dlm penulisan kerangka teori. - Tambahkan: unsur² manajemen pemasaran, pandangan etika bisnis Islam terkait manajemen pemasaran.	

Dosen Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs,

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Susi Kurniasih
NPM : 13104534

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	jum'at 6.10.2017		- kenapa ada uraian tentang populasi dan sampel segala ? itu seperti penelitian kuantitatif. Cukup anda sebutkan penggunaan purposive sebagai alat memilih informan - jelaskan yang dimaksud purposive itu sendiri itu sendiri. kemudian uraikan kriteria pemilihan informan karena fondasi purposive adalah pembuatan kriteria bagi subyek yang diteliti - kenapa sumber data terfokus pada konsumen. padahal yang diteliti peranan manajemen pemasaran. Harusnya lebih tertuju pada pihak perusahaan konsumen hanyat sebagai alat cross-check data	

Dosen Pembimbing II,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs,

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Susi Kurniasih
NPM : 13104534

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu, 13-12-2017		- metode dokomentasi tidak hanya pada laporan PT. Laulan teduh, tetapi juga pada buku-buku, artikel, jurnal, skripsi yang terkait dengan masalah yang diteliti - sebutkan tempat dimana penelitian tersebut - Berikan penjelasan tentang deskriptif kualitatif dan pengertian kualitatif	

Dosen Pembimbing II,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs,

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Susi Kurniasih
NPM : 13104534

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	jum'at 6.10.2017		- kenapa ada uraian tentang populasi dan sampel segala ? itu seperti penelitian kuantitatif. Cukup anda sebutkan penggunaan purposive sebagai alat memilih informan - jelaskan yang dimaksud purposive itu sendiri itu sendiri. kemudian uraikan kriteria pemilihan informan karena fondasi purposive adalah pembuatan kriteria bagi subyek yang diteliti - kenapa sumber data terfokus pada konsumen. padahal yang diteliti peranan manajemen pemasaran. Harusnya lebih tertuju pada pihak perusahaan konsumen hanyat sebagai alat cross-check data	

Dosen Pembimbing II,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs,

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Susi Kurniasih
NPM : 13104534

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/ 2017-2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 21.12.2017	✓	-acc proposal untuk bimbingan dg Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs,

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Susi Kurniasih** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13104534 Semester / TA : IX/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	2/3/18		Lihat dan pelajari format penulisan di buku pedoman lengkapi	
	9/3/18		Semaleum semua yang front hurup → times new roman → mulai Bab I - III ps. tikas & ingat tikas ps. HP. acc di seminarkan	

Dosen Pembimbing I

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mahasiswa Ybs,

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Susi Kurniasih
NPM : 13104534

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/ 2017-2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	22/ 2018 12		- Lihat format cover UBM → beda apa dg perusahaan manaj-pemasaran antara teori dan praktek. - Bab II → antara sub judul dan isi ko sesuai lihat hal. 12 ket. - Bab III → apa beda antara sumber data primer dan teknik wawancara. apa beda antara sumber data sekunder dan teknik dokumentasi. - Perhatikan penggetikan	

Dosen Pembimbing II,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mahasiswa Ybs,

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726)41507; Faksimili (0726) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Susi Kurniasih Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ ESy

NPM : 13104534 Semester/TA : XI/ 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda tangan
	Jum'at, 20.4.2018	✓	-acc outline untuk bimbingan dg Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726)41507; Faksimili (0726) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Susi Kurniasih Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ ESy

NPM : 13104534 Semester/TA : X/ 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda tangan
	Selasa, 15.5.18	✓	- APD disusun berdasarkan kerangka teori yg difokuskan untuk menjawab pertanyaan penelitian. - APD anda belum mencerminkan kisi2 tinjauan etika bisnis Islam thdp manajemen pemasaran! - Acc Bab I – III	
	Jumat, 18 Mei 2018	✓	- Acc APD untuk bimbingan dg Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II Mahasiswa Ybs,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726)41507; Faksimili (0726) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Susi Kurniasih Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ ESy

NPM : 13104534 Semester/TA : XI/ 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda tangan
	Kamis, 5 Juli 2018	✓	- Setiap tahapan manajemen pemasaran dilakukan analisis etika bisnis Isla. - Perbaiki kesalahan² penulisan.	
	Jum'at, 6 Juli 2018	✓	acc Bab IV - V untuk bimbingan dg Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs,

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726)41507; Faksimili (0726) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Susi Kurniasih Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ ESy

NPM : 13104534 Semester/TA : X/ 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda tangan
	30/5 '18		acc Bab I - III lanjutkan penelitian APD → Penekanan pada manajemen Pemasaran yg mereka lakukan berdasarkan teori dan etikanya. Bawa pengetahuan tg etika bisnis Islam → silakan saja. Nanti di pertajam dlm analisis Konsul ctt di lampirkan!	

Dosen Pembimbing II Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726)41507; Faksimili (0726) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Susi Kurniasih Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ ESy

NPM : 13104534 Semester/TA : XI/ 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda tangan
	26/4 '18		ace outline lanjutkan penulisan I - III	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S. Ag., MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726)41507; Faksimili (0726) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Susi Kurniasih Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ ESy

NPM : 13104534 Semester/TA : X/ 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda tangan
	5/5 2018		ACC APD Lanjutkan pembahasan	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726)41507; Faksimili (0726) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Susi Kurniasih Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ ESy

NPM : 13104534 Semester/TA : X/ 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda tangan
	25/5 '18		- Kata bhsa → 1 kapital/kecil? - Perhatikan pengetikan - Sub bahasan dlm bab II di perbaiki lihat cff - Bab III → bedakan penulisan/pelaporan antara SDP dan variabel - SDS tns sdh jelas apa yg di gunakan untuk yg dgn dokumentasi - analisis data pun tns sdh jelas penyajiannya.	

Dosen Pembimbing I Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S. Ag., MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726)41507; Faksimili (0726) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Susi Kurniasih Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ ESy

NPM : 13104534 Semester/TA : X/ 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda tangan
	9/7 2018		Dalam LBM → mengangkat masalah atau kesenjangan tentang DP dan laporan ke Pusat/leasing dan ini menjadi masalah besar dalam manajemen pemasaran baik secara teori atau praktek. → ini justru tidak terdeskripsi secara jelas dalam laporan penelitian.	
	17/7 18		- Beberapa APD belum tjawab by ctr Alif, J → A2.. - Deskripsi umumnya dg analisis tak bunyinya sama ? umumnya → olahan ~~yang~~ kata analisis → dr olahan kata di ~~lapangan~~ dianalisis dg teori secara konsep.	

Dosen Pembimbing I Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag
NIP. 19720611 199803 2 001

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726)41507; Faksimili (0726) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Susi Kurniasih Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ ESy

NPM : 13104534 Semester/TA : X/ 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda tangan
	25/2018 7		acc BAB IV + V lengkapi unsur² yg terkait cover dll semua bulan pertama	

Dosen Pembimbing I Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag
NIP. 19720611 199803 2 001

Susi Kurniasih
NPM. 13104534

RIWAYAT HIDUP

Susi Kurniasih, merupakan putri dari pasangan ibu Jariyah dan bapak Suradi. Dilahirkan di desa Sidomulyo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah, Lampung pada hari Senin 10 Mei 1994. Peneliti menyelesaikan pendidikan dasarnya di SDN 1 Sidomulyo pada tahun pada tahun 2006, kemudian melanjutkan studinya di sekolah lanjutan tingkat pertama MTS Ma'arif 1 Punggur, lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan di sekolah lanjutan tingkat pertama MA Ma'arif 1 Punggur dan selesai pada tahun 2013. Pada tahun 2013, peneliti melanjutkanpendidikankeperguruan tingginegeritepatnya IAIN Metro JurusanEkonomiSyariah FakultasBisnis dan EkonomiIslam (FEBI).