

**SKRIPSI**

**PENGARUH PEMILIHAN LOKASI TOKO PAKAIAN  
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN  
MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM**

(Studi Komperatif Antara Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru  
Lampung Tengah)

Oleh :

**IRA FARLINA ROISAH SANI**

**NPM : 13103164**



**Jurusan : Ekonomi Syariah**

**Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1440 H/ 2019 M**

PENGARUH PENETAPAN SEGMENTASI PASAR TERHADAP  
TINGKAT PENJUALAN DITOKO PAKAIAN  
MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi pada Pasar Baru Rumbia Lampung Tengah)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:  
IRA FARLINA ROISAH SANI  
NPM. 13103164

Pembimbing I : Siti Zulaikha, S.Ag, MH  
Pembimbing II : Zumaroh, M.E.Sy

Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1440 H/ 2019 M

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) Berkas  
Perihal : Pengajuan Dimunaqosyah

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 : IRA FARLINA ROISAH SANI  
NPM : 13103164  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)  
Judul : PENGARUH PEMILIHAN LOKASI TOKO PAKAIAN  
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MENURUT ETIKA  
BISNIS ISLAM (Studi Komparatif Antara Pasar Baru Rumbia  
Dan Pasar Gaya Baru Lampung Tengah)

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.*

Pembimbing I

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

Metro, Januari 2019  
Pembimbing II

  
Zumaroh, S.E.I, M.E.Sy  
NIP. 19790422 200604 2 002

## PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARIH PEMILIHAN LOKASI TOKO PAKAIAN  
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MENURUT ETIKA  
BISNIS ISLAM (Studi Komparatif Antara Pasar Baru  
Rumbia Dan Pasar Gaya Baru Lampung Tengah)

Nama : IRA FARLINA ROISAH SANI


NPM : 13103164

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

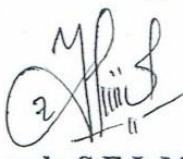
Telah kami setuju untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I

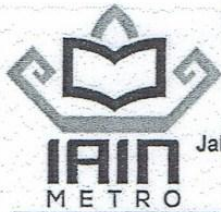
  
Siti Zulaikha, S.Ag, MH  
NIP. 1972061 199803 2 001

Metro, Januari 2019

Pembimbing II

  
Zumaroh, S.E.I, M.E.Sy  
NIP. 19790422 200604 2 002





**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**

No. 0326/In.28.3/D.PP.009/01/2019

Skrripsi dengan Judul: PENGARUH PEMILIHAN LOKASI TOKO PAKAIAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Komperatif Antara Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru), disusun Oleh: Ira Farlina Roisah Sani, NPM: 13103164, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah, Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Selasa, 15 Januari 2019.

**TIM MUNAQASYAH:**

Ketua/Moderator : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH

(.....)

Penguji I : Rina El Maza, S.H.I, M.S.I

(.....)

Penguji II : Zumaroh, M.E.Sy

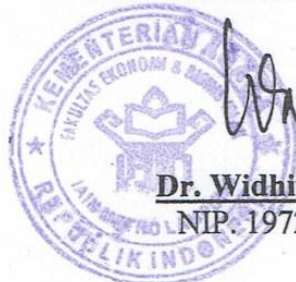
(.....)

Sekretaris : Roza Zelvia, M.Si

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

# **PENGARUH PEMILIHAN LOKASI TOKO PAKAIAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM**

**(Studi Komparatif Antara Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru)**

## **ABSTRAK**

**Oleh**

**IRA FARLINA ROISAH SANI**

Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang menentukan kesuksesan sebuah usaha. Para pengusaha selalu memiliki lokasi yang dekat dengan para pelanggan dalam rangka memberikan pelayanan prima pada para pelanggan agar hubungan dapat terjaga dengan baik. Lokasi bisnis yang tepat diharapkan dapat memenuhi harapan pengusaha untuk menarik konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan dan sebaliknya, apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan lokasi akan sangat menghambat kinerja bisnis dan secara otomatis keuntungan maksimal tidak akan dapat dirasakan oleh pengusaha tersebut. Maka pemilihan lokasi bisnis yang dekat dengan target pasar serta ketersediaan infrastruktur yang memadai merupakan sebuah strategi yang juga dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk/jasa yang diinginkan. Dari latar belakang tersebut peneliti mengemukakan pertanyaan yaitu “ Bagaimana konsep etika bbisnis islam mengenai lokasi usaha dan tingkat penjualan pada Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru “

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan, yaitu di Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru. Penelitian ini bersifat deskriptif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian berfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai suatu yang utuh. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah teknik wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data dilakukan menggunakan data-data yang diperoleh dalam bentuk uraian-uraian kemudian data tersebut dianalisa menggunakan cara berfikir induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan yang sangat kuat antara tempat usaha dengan keuntungan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasinya yang sangat kuat. Tempat usaha berpengaruh positif terhadap keuntungan yang diperoleh pedagang di Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru. Dalam memperoleh keuntungan telah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam. Dagangan yang terjual terbebas dari unsur haram atau ilegal.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : IRA FARLINA ROISAH SANI

Npm : 13103164

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

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

Metro, Januari 2019  
Yang Menyatakan



**Ira Farlina Roisah Sari**  
Npm. 13103164

## MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا

لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (Q.S. Al-Jumu’ah: 62.10)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. Saya mmempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada orang tua saya Ibu Elin Herlina dan Bapak Haeruman yang tidak pernah lelah untuk mendoakan dan mendukung peneliti baik dalam bentuk moril dan materil serta selalu mencurahkan kasih sayang dan motivasi yang tidak terbatas. Semoga Allah SWT selalu mencurahkan kasih sayang kepada mereka.
2. Kepada Ibu Siti Zulaikha, S.Ag, MH dan Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikah motivasi.
3. Rekan-rekan seperjuangan di Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2013 yang telah memberikan dukungan. Semoga kalian bisa melanjutkan mimpi-mimpi kalian dan menjadi orang-orang yang dapat di andalkan.
4. Sahabat-sahabat terbaik saya yang telah memberikan dukungan dan motivasi. Semoga kita tetap menjadi sahabat yang selalu diridhoi Allah SWT dan menjadi sahabat sampai di Surga-Nya.
5. Almamater IAIN Metro tempat saya menggali ilmu dan mempertajam intelektual yang selalu saya banggakan. Semoga orang yang telah berjasa sehingga skripsi ini selesai dibalas dengan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin

## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji milik Allah SWT, rasa syukur peneliti haturkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat, hidayah, taufik dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan dan menghantarkan kita pada kerangka pembelajaran hidup yang memiliki makna yang tinggi.

Penelitian skripsi ini adalah merupakan salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar S.E. Upaya penyelesaian skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhya Ninsiana, M. Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Ibu Siti Zulaikha, S.Ag, MH dan ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.
4. Bapak dan Ibu, selaku Dosen, Karyawan/Karyawati IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas dalam rangka pengumpulan data.
5. Kepada Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.

Kritik dan saran demi perbaikan proposal skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada.

Metro, Januari 2019

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a vertical line on the right side.

**IRA FARLINA ROISAH SANI**

NPM. 13103164



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Pertanyaan Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>E. Penelitian Relevan</b> .....	<b>10</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>13</b>
<b>A. Lokasi Usaha</b> .....	<b>13</b>
<b>1. Pengertian Lokasi Usaha</b> .....	<b>13</b>

2. Faktor-faktor Pertimbangan dalam Pemilihan Lokasi Usaha ..	16
3. Tahap Pemilihan Lokasi.....	17
4. Konsep Lokasi Dalam Ekonomi Islam .....	18
B. Tingkat Penjualan.....	19
1. Pengertian tingkat penjualan .....	19
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan .....	21
C. Etika Bisnnis Dalam Islam.....	24
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	24
2. Prinsip Pemasaran Dalam Islam.....	25
3. Konsep Etika Dalam Pemasaran .....	26
4. Norma Dan Etika Umum Dalam Bidang Pemasaran.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	29
B. Sumber Data.....	30
C. Teknik Pengumpulan Data.....	32
D. Teknik Analisis Data.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Umum Pemilihan Lokasi Toko Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru.....	36
1. Sejarah Berdirinya Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru.	36
2. Visi dan Misi Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru .....	37
3. Struktur Organisasi Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru	39
4. Tata Letak Lokasi Pasar .....	40
B. Pembahasan.....	41
1. Pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan.....	41
2. Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Pemilihan Lokasi Toko Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan .....	48
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>52</b>

A. Kesimpulan .....	52
B. Saran.....	53

**DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR TABEL**

1. Perbandingan Antara Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru ..... 46
2. Data distribusi keuntungan pedagang ..... 47

## **DAFTAR GAMBAR**

1. Struktur Organisasi Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru .....	39
2. Struktur Organisasi Pasar Gaya Baru .....	40

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Izin Research
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Foto-Foto Penelitian
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bisnis saat ini akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Situasi yang seperti ini menuntut setiap perusahaan untuk lebih seksama mengarahkan perhatian pada banyak faktor untuk menentukan keberhasilannya.

Salah satunya adalah menentukan tempat untuk bisnis. Lokasi adalah letak atau tempat yang digunakan pengusaha pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Lokasi pemasaran yang nyaman, aman, bersih, ramai, dan mudah di jangkau merupakan merupakan beberapa kriteria lokasi yang diminati oleh banyak konsumen.

Lokasi pemasaran adalah suatu wilayah atau tempat dimana perusahaan dapat menjalankan atau melaksanakan kegiatan pemasaran kepada masyarakat. Jadi pemilihan lokasi berdagang merupakan keputusan penting yang harus membujuk pelanggan ketempat bisnis dalam memenuhi kebutuhan, karena pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis dalam menentukan tercapainya tujuan badan usaha.

Sebelum memulai usaha alangkah baiknya seseorang *entrepreneur* melibatkan konsep *marketing mix* yang dikenal dengan 4P (*product, price, place, promotion*) di dalam peranan bisnisnya terlebih lagi jika seorang



entrepreneur tersebut baru memulai sebuah *start up*. Fokus pembahasan kali ini adalah *place* yang terkait dengan pemilihan lokasi usaha dalam bisnis.

Menurut Kotler *place* merupakan segala sesuatu yang menunjukkan berbagai kegiatan bisnis untuk membuat produk agar usaha yang dijalankan juga dapat bersaing secara efektif, maka perlu adanya lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.<sup>1</sup>

Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang menentukan kesuksesan sebuah usaha. Para pengusaha selalu memiliki lokasi yang dekat dengan para pelanggan dalam rangka memberikan pelayanan prima pada para pelanggan agar hubungan dengan para pelanggan dapat terjaga dengan baik.

Lokasi bisnis yang tepat diharapkan dapat memenuhi harapan pengusaha untuk menarik konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan dan sebaliknya apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan lokasi akan sangat menghambat kinerja bisnis dan secara otomatis keuntungan maksimal tidak akan dapat dirasakan oleh pengusaha tersebut.

Maka pemilihan lokasi bisnis yang dekat dengan target pasar serta ketersediaan infrastruktur yang memadai merupakan sebuah strategi yang juga dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk/jasa yang diinginkannya. Harding menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi lokasi bisnis yaitu lingkungan masyarakat, sumber daya alam, tenaga kerja,

---

<sup>1</sup> Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemah oleh Benyamin Molan. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Jakarta: Indeks.

kedekatan dengan pasar, fasilitas dan biaya transportasi, dan pembangkit tenaga listrik.<sup>2</sup>

Keputusan pemilihan lokasi biasanya juga tergantung pada jenis bisnis apa yang dimiliki oleh para pengusaha tersebut. Dibalik penentuan ini terdapat strategi penentuan lokasi yang harus diketahui oleh pemilik usaha dalam rangka memaksimalkan keuntungan pada lokasi mereka dikedepannya. Berbeda jenis perusahaan maka akan berbeda pula faktor yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi.

Berdagang merupakan sebuah kegiatan yang mengglobal. Setiap sisi kehidupan diwarnai oleh bisnis, baik dalam lingkup yang besar, Negara, maupun dalam lingkup kecil skala mikro yang pastinya terlibat didalam proses bisnis yang terjadi. Selain untuk mendapatkan yang mereka inginkan seperti keuntungan, juga menaikkan tingkat ekonomi yang ada. Perdagangan merupakan kegiatan usaha dagang yang dilakukan orang-orang dan badan-badan yaitu dalam pembelian dan penjualan atau pertukaran barang dan jasa, yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan atau keuntungan.<sup>3</sup>

Melalui perdagangan pula suatu Negara bisa menjadi hubungan diplomatik dengan Negara tetangga sehingga secara tidak langsung perdagangan juga berhubungan erat dengan dunia politik. Setiap perusahaan baik yang bergerak dibidang perdagangan maupun bidang jasa, selalu memperhatikan tingkat penjualan dimana tingkat penjualan merupakan ukuran dari tingkat kemajuan

---

<sup>2</sup> Harding, H.A. 1978, *Manajemen Produksi* ,(Jakarta: Balai Aksara,2002), h.56

<sup>3</sup> Alam S, *Ekonomi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga,2007), h.87

dan kemunduran perusahaan dan untuk meningkatkan laba dan keuntungan yang diperoleh.

Dalam dunia perdagangan, pelaku usaha harus tahu tata cara berdagang yang baik dan benar, serta bagaimana mendapatkan keuntungan dan cara bersaing sehat. Konsep strategi pemasaran adalah yang *pertama*, menjual produk-produk yang sudah jelas dibutuhkan oleh masyarakat umum.<sup>4</sup> *Kedua* yaitu tempat, usaha yang dijalankan sebaiknya mudah dijangkau oleh masyarakat. *Ketiga* adalah promosi, yaitu menawarkan kepada masyarakat dengan cara menjelaskan kualitas dan keunggulan produk yang ditawarkan. *Keempat* yaitu harga, yaitu menjual produk yang sama tetapi harga lebih murah dengan tetap memperhitungkan *margin* keuntungan dan aliran keuangan.<sup>5</sup>

Pemasaran adalah kegiatan yang memperlancar barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien dengan permintaan yang efektif. Pasar terdiri dari banyak pembeli, dan para pembeli tersebut berbeda kebutuhan untuk suatu produk yang di inginkan.<sup>6</sup>

Tujuan dari strategi lokasi secara garis besar adalah memaksimalkan benefit dari lokasi. Benefit lokasi termasuk efisiensi waktu, biaya yang minimum, citra perusahaan, keuntungan (profit) dan kredibilitas.

Ada banyak faktor yang menentukan kesuksesan suatu usaha. Salah satu faktor tersebut adalah ketepatan pemilihan lokasi. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang

---

<sup>4</sup> Fandy Tjipono, *Pemasaran Strategi*, (Yogyakarta: Andi, 2012), h. 315.

<sup>6</sup> Mahmud Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 30.

pengusaha sebelum membuka usahanya. Hal ini terjadi karena pemilihan lokasi yang tepat seringkali menentukan kesuksesan suatu usaha. Hal ini juga berlaku untuk usaha jasa karena usaha jasa diharuskan untuk memelihara hubungan dekat dengan pelanggan. Karena salah satu kunci kesetiaan pelanggan adalah pada *service* (pelayanan) yang diberikan oleh pengusaha jasa.<sup>7</sup>

Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan di Pasar Baru Reno Basuki, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Lampung Tengah melalui pengamatan yang peneliti lakukan bahwasannya jumlah toko pakaian di pasar baru rumbia sebanyak empat puluh tiga (43) toko di antaranya satu (1) toko yang berada di ruko lantai dua (2), sedangkan yang berada di hamparan berjumlah enam (6) toko dan tiga puluh enam (36) berada di toko yang berlantai satu (1).

Wawancara kepada ibu rina pedagang yang menjual pakaian wanita, bahwa menurut ibu Rina selaku pedagang pakaian di Pasar Baru Reno Basuki berkomentar bahwa pemilihan atau memilih lokasi toko yang diinginkan tidak bisa dilakukan sesuka hati dikarenakan banyaknya oknum yang menggunakan kekuasaannya untuk memanipulasi lokasi toko. Sehingga ibu rina tidak bisa seandainya memilih lokasi toko yang diinginkan.

Mereka merasa bahwa dagangan yang mereka jual kepada pembeli tetap banyak peminat dan konsumen banyak yang tetap mencari toko ibu rina ibu rina sudah terbiasa dengan tidak adanya pengetahuan tentang lokasi toko

---

<sup>7</sup> Muhammad Firdaus, DKK, *Dasar Dan Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Renaisan Anggota IKPAI, 2005), h.53

yang baik karena dari awal memulai melakukan bisnis perdagangan pakaian wanita di Pasar Baru Rumbia ini sudah terbiasa dengan keadaan pasar yang tidak homogen yaitu bercampuran dengan pedagang mainan dan pedagang sepatu.

Pedagang pakaian wanita yang ada dipasar Baru Rumbia yang menjual pakaian wanita dengan berbagai macam jenis pakaian yang di sediakan dengan berbagai macam ukuran dan berbagai macam harga. Toko pakaian wanita di Pasar Baru Rumbia belum secara maksimal tertata secara baik.

Dengan demikian pendapatan para pedagangpun akan berbeda-beda dan mengalami kenaikan dan penurunan pada setiap tahunnya antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain. Untuk lebih jelasnya, peneliti mengkaji penelitian tentang pedagang toko pakaian wanita di Pasar Baru Rumbia.

Terdapat banyak pedagang pakaian di Pasar Baru Rumbia saat ini. Para pedagang toko pakaianpun tersebar diseluruh bagian pasar dengan model yang hampir sama seperti pakaian atasan wanita yang berbahan katun, kaos dan lain-lain.

Peneliti membuat perbandingan antara pasar yang sudah menerapkan pentingnya pemilihan lokasi toko dengan yang tidak menerapkan pemilihan lokasi toko. Yaitu antara Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru. Pasar Gaya Baru sudah menerapkan sistem pemilihan lokasi toko terlihat jelas dari beberapa toko yang penempatannya sangat strategis.

Hasil wawancara dari yang peneliti lakukan kepada para pedagang yang ada di pasar Gaya Baru. Para pemilik toko pakaian dapat memilih toko

yang mereka anggap strategis yaitu dekat dengan para konsumen. Pedagang pakaian merasa bahwa dengan menganggap penting untuk memilih dan mempertimbangkan dampak positifnya dalam menentukan lokasi toko ini benar-benar sangat membantu. Manfaat dari menentukan pemilihan lokasi toko ini tidak hanya dirasakan oleh para pedagang tetapi juga di rasakan oleh para konsumen.

Manfaat yang mereka rasakan adalah seperti mudahnya para konsumen dalam mencari barang-barang kebutuhan yang sedang di cari oleh konsumen, contohnya jika konsumen ingin membeli pakaian mereka bisa dengan mudah menemukan sekelompok pedagang yang menjual pakaian.

Sedangkan manfaat yang di rasakan oleh para pedagang adalah mudahnya dalam mendapatkan konsumen, karena konsumen tidak perlu kesulitan untuk mendapatkan apa yang konsumen butuhkan. Manfaat lainnya dari segi penghasilan.

Hasil penelitian yang penelitian lakukan tentang perbedaan antara pasar yang beberapa tokonya belum menerapkan sistem pemilihan lokasi toko dan yang sudah menerapkan sistem pemilihan lokasi toko yaitu. Pasar yang belum menerapkan sistem pemilihan lokasi toko yang belum berkelompoknya atau masih berbaurnya antara pedagang pakaian, mainan, sayuran dan sepatu sangat menyulitkan konsumen dalam mencari barang yang mereka butuhkan dan dalam segi penghasilan pun tidak terlalu besar jika di bandingkan dengan pedagang yang menggunakan teori pemilihan lokasi usaha. Pasar yang sudah menempatkan toko di tempat yang sangat strategis akan sangat membantu

konsumen dalam mencari barang yang mereka butuhkan. Menguntungkan juga bagi pedagang dalam hal penghasilan.

Kenyataannya banyak produk yang bersifat heterogen, homogenitas diperlukan karna ada perbedaan dalam berbagai kebiasaan membeli kebutuhan, cara penggunaan barang tujuan pembelian dan sebagainya maka dari itu pemilihan lokasi toko juga berpengaruh terhadap tingkat penjualan dari perusahaan yang mengeluarkan produk tertentu, akan tetapi tingkat penjualan di Pasar Baru Rumbia masih banyak yang tergolong rendah.<sup>8</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, jelas bahwa pemilihan lokasi toko belum diterapkan pada toko pakaian wanita di Pasar Baru Rumbia menjadi hal paling penting untuk meningkatkan daya minat masyarakat. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang pemilihan lokasi toko di Pasar Baru Rumbia. Oleh karena itu peneliti mengambil judul: “Pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan Menurut Etika Bisnis Islam” Study Komperatif Antara Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru, Lampung Tengah yang mana nantinya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

---

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan ibu R W sebagai pemilik toko pakaian wanita Pasar Baru Rumbia pada tanggal 3 juli 2018



## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh pemilihan lokasi usaha terhadap keuntungan yang di peroleh pada Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru?
2. Bagaimana konsep Etika Bisnis Islam mengenai lokasi usaha dan tingkat penjualan pada Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap tingkat penjualan pedagang pada Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru.
2. Mengetahui pandangan Ekonomi Islam mengenai lokasi usaha dan tingkat penjualan pada Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yaitu untuk mengemukakan pernyataan bahwa penelitian yang dilakukan memiliki nilai guna, baik kegunaan teoritis maupun kegunaan praktis. Hasil penelitian “Pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan Menurut Etika Bisnis Islam” dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis ketika penelitian ini dapat dilaksanakan dan permasalahannya dapat terjawab dengan baik.

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini di harapkan memperkaya khazanah keilmuan dan menambah wawasan pengetahuan bagi masyarakat yang berkaitan dengan adanya kebijakan tentang penetapan segmentasi pasar terhadap tingkat penjualan di toko pakaian menurut etika bisnis Islam.

## **2. Manfaat Praktis**

### a. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan masukan untuk melakukan penelitian lanjutan tentang Pemilihan Lokasi Toko dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Penjualan di tinjau dari Etika Bisnis Islam.

### b. Bagi pelaku bisnis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam pengambilan keputusan bisnis yang berkaitan dengan keputusan pemilihan lokasi usaha.

## **E. Penelitian Relevan**

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*Prior Research*) tentang persoalan yang dikaji. Penelitian mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Untuk itu, tinjauan kritis terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam bagian ini. Sehingga dapat ditentukan dimana posisi penelitian yang akan dilakukan berbeda.<sup>9</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Azizah Pratiwi dari Fakultas Ekonom Universitas Diponegoro Semarang Tahun 2010 yaitu: "*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa*" penelitian ini mencoba untuk meneliti, apakah kedekatan dengan infrastuktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi mempengaruhi pemilihan lokasi terhadap

---

<sup>9</sup> Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (STAIN Jurai Siwo Metro, 2016), h. 39

kesuksesan usaha jasa mikro kecil di sekitar kampus Undip Pleburan Semarang.<sup>10</sup>

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Ifrina Nuritha Dari Program Study Sistem Informasi, Universitas Jember (UNEJ) 2013 yaitu: “*Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba Dikabupaten Jember Dengan Sistem Informasi Geografis*” dari hasil penelitian berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa kedekatan lokasi dengan perguruan tinggi serta tingginya kepadatan dan pendapatan perkapita penduduk berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di Kabupaten Jember.<sup>11</sup>

Penelitian yang lain dilakukan oleh Elsi Yuliansari Dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya 2016 yaitu :”*Strategi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro-Kecil Dikecamatan Jekan Raya*” dari hasil analisis perbandingan sebelum dan sesudah diterapkannya Strategi pemilihan lokasi dengan pemanfaatan peluang dan banyaknya permintaan pelanggan, pertimbangkan kondisi peluang disekitar lokasi, strategi tingkat keamanan yang mendukung dan strategi mempertimbangkan sarana dan prasarana.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup>Azizah Pratiwi, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa*, Skripsi Semarang : Universitas Diponegoro, 2010

<sup>11</sup>Ifrina Nuritha, *Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember Dengan Sistem Informasi Geografis*, Skripsi Jember: Universitas Jember (UNEJ), 2013

<sup>12</sup>Elsi Yuliansari, *Strategi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro Kecil, DiKecamatan Jekan Raya*, Skripsi Palangka Raya: Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri, 2016

Dari uraian di atas dapat ditegaskan bahwa penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya. Dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini memiliki kajian yang berbeda, karena masing-masing peneliti mempunyai masalah yang berbeda. Penelitian yang di kaji oleh penulis ini lebih ditekankan pada sistem Segmentasi Pasar didalam pasar sedangkan penelitian-penelitian yang di lakukan para peneliti sebelumnya lebih dominan melakukan penelitian dengan objek Kantor, Pabrik dan PT. Walaupun memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu, akan tetapi pada penelitian yang akan dikaji oleh peneliti akan ditekankan pada bagaimana Pemilihan Lokasi Menurut Etika Bisnis Islam yang terjadi di Desa Pasar Baru Rumbia Lampung Tengah Dan Pasar Gaya Baru

## . BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Lokasi Usaha

##### 1. Pengertian Lokasi Usaha

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang langka, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap lokasi berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Lokasi berbagai kegiatan seperti rumah tangga, pertokoan, pabrik dan pertanian tidak asal saja/ acak berada dilokasi tersebut, melainkan menunjukkan pola dan suasana (mekanisme) yang dapat diselidiki dan dapat dimengerti.

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi usaha berhubungan dengan kesuksesan usaha tersebut. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja.<sup>13</sup>

Menjalankan kegiatan usaha jelas memerlukan tempat usaha yang dikenal dengan lokasi usaha ini penting baik sebagai tempat menjalankan

---

<sup>13</sup> Render dan Jay Haizer, *Prinsip-Prinsip Manajemen Oprasi*, (Jakarta:Salemba Empat, 2001),h.33

aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas penyimpanan, atau untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya. Konsumen dapat melihat langsung barang yang di produksi maupun yang di jual baik jenis, jumlah, maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dengan lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.<sup>14</sup>

Menurut kolter pengertian lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia sebagai sasaran. Tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung dan saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk / jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.<sup>15</sup>

Dalam hal ini ada dua jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

- a. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan), apabila keadaan seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

---

<sup>14</sup> Kasmir, *kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2011), h.140

<sup>15</sup> Philip Kotler dan Gery Armstrong, *Principol of Market*, Edisi 8, Prentice-hall, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka, 2001), h.148

- b. Pemberi jasa mendatangi konsumen, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- c. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung merupakan *service provider*, dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, computer, atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara dua belah pihak terlaksana dengan baik.<sup>16</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan bahwa interaksi yang mempengaruhi lokasi harus disesuaikan dengan tipe cara berbelanja para konsumen agar bisa menguntungkan satu sama lainnya.

Pemilihan lokasi berarti menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif dan mendapatkan lokasi dengan paling banyak faktor-faktor positif. Sebagaimana dalam Al-Qur'an disebutkan pada surat An-Nisa: 85.

مَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۖ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

Artinya : Barangsiapa yang memberikan syafa'at yang baik, niscaya ia akan memperoleh bahagian (pahala) dari padanya. dan Barangsiapa memberi syafa'at yang buruk, niscaya ia akan memikul bahagian (dosa)

---

<sup>16</sup> Suwinto Johan, *study Kelayakan Bisnis*, Edisi Pertama, (Bandung: Graha Ilmu, 2011),h.91



*dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.(QS. An-Nisa :85)*<sup>17</sup>

Merujuk pada ayat di atas suatu perbuatan yang memberikan kebaikan pada orang lain maka seorang yang melakukannya akan mendapatkan pahala dari Allah, begitu juga sebaliknya jika seorang hamba itu memberikan suatu manfaat yang buruk kepada orang lain maka hamba tersebut juga akan menanggungnya. Jadi pemilihan lokasi harus memberikan kebaikan untuk lingkungan sekitar karena hal tersebut secara langsung berdampak positif terhadap usaha yang dijalankan ditempat tersebut.

## 2. Faktor-faktor Pertimbangan dalam Pemilihan Lokasi Usaha

Pemilihan tempat atau lokasi usaha memerlukan pertimbangan yang cermat, adapun faktor-faktor dalam pemilihan lokasi sebagai berikut:

- a. Akses, missal lokasi yang mudah dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi.
- b. Visibilitas (penerangan), misalnya yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk memperluas usaha dikemudian hari.<sup>18</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan bahwa lokasi menjadi faktor yang terpenting dan ini juga menjadi penentu keuntungan yang di

---

<sup>17</sup> Departemen agama RI, op Cit., h 91

<sup>18</sup> R. Heru Kriatanto HC , *Kewirausahaan Entrepreneurship, Pendekatan Manajemen dan Praktik*,( Yogyakarta: Graha Ilmu , 2009),h.159

dapat nantinya. Semakin strategis lokasi yang di pilih maka keuntungannya pun semakin tinggi.

### 3. Tahap Pemilihan Lokasi

Tiga tahap yang harus dilalui jika suatu lokasi akan dipilih sebagai lokasi usaha, yaitu sebagai berikut:

- a. Tahap pertama: melihat kemungkinan daerah mana yang akan dijadikan lokasi usaha dengan mempertimbangkan ketentuan pemerintah.
- b. Tahap kedua: memperhatikan pengalaman usaha orang lain atau pengalaman sendiri, didasari pada jenis barang yang dihasilkan dan proses produksinya.
- c. Tahap ketiga: mempertimbangkan dan menilai dampak sosial atau dukungan dari masyarakat disekitar lokasi.<sup>19</sup>

Dari uraian di atas dapat di jelaskan bahwa yang perlu di pertimbangkan dari tahap pertama yaitu jenis proses produksi dan jenis barang hasil atau produk yang akan menentukan spesifikasi umum, sedangkan tahap kedua jenis barang hasil produksi dan proses dan proses pengerjaannya selalu akan menentukan kekhususan lokasi tersebut, dan tahap ketiga dari kelompok masyarakat-masyarakat yang terbaik ini salah satu masyarakat atau daerah harus dipilih sebagai lokasi terakhir.

---

<sup>19</sup> Jumingan, *Study Kelayakan Bisnis*, (Gilingan: Bumi Aksara, 2009), h.124-125

#### d. Teori Lokasi Memaksimumkan Laba

Menetapkan titik lokasi optimal bagi sebuah perusahaan menjadi lebih sulit dikarenakan oleh fakta bahwa produsen dapat memasarkan barangnya atau menunjukan distributor untuk memasarkan barangnya dengan mendatangi konsumen.

Mc. Grone berpendapat bahwa teori lokasi dengan tujuan memaksimumkan keuntungan sulit ditangani dalam keadaan ketidakpastian yang tinggi dan dalam analisis dinamik. ketidak sempurnaan pengetahuan dan ketidak pastian biaya pendapatan dimasa depan pada tiap lokasi, biaya relokasi yang tinggi, preferensi personal dan pertimbangan lain membuat model memaksimalisasi keuntungan lokasi sulit dioperasikan.<sup>20</sup>

Dari uraian di atas dapat dijelaskan bahwa pengusaha yang tidak mengetahui pasti berapa keuntungan yang di dapat di masa depan pada tiap lokasi akan menyulitkan bahkan sulit di oprasikan, pengusaha bisa saja memilih lokasi yang dalam jangka panjang diperkirakan lebih aman walaupun dengan biaya oprasi rutin yang sedikit mahal.

#### 4. Konsep Lokasi Dalam Ekonomi Islam

Pemilihan lokasi yang baik adalah salah satu yang harus diperhatikan oleh pedagang, agar usahanya dapat terlihat oleh orang banyak, sehingga terdapat beberapa pertimbangan yang akan dipikirkan untuk untuk menentukan lokasi yang tepat. Penentuan lokasi tersebut

---

<sup>20</sup> Robinsin Tarigan, *Ekonomi Regional dan Aplikasi*, ( Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h.147

harus diperhatikan oleh pedagang karena tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab dari lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek dimuka bumi salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak mencoba merusaknya. Hal ini merupakan salah satu ajaran Islam, yaitu melarang melakukan kerusakan lingkungan, seperti tertulis dalam Al-Quran surat Al-A'raaf: 56, yang artinya “ *dan janganlah kamu membuat kerusakan dimuka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-nya dengan rasa takut (Tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik*” (Q.S. Al-A'raaf: 56)<sup>21</sup>

## **B. Tingkat Penjualan**

### 3. Pengertian tingkat penjualan

Penjualan dapat didefinisikan sebagai program yang terdiri atas berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang atau produksi dari perusahaan kepada konsumen. sehingga penggunaannya sesuai yang diperlukan.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, H.157

<sup>22</sup> Fandi Tjipto dan Georgorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta:Penerbit Andi, 2008),h. 283

Penjualan merupakan kegiatan pemasaran, karena dengan adanya penjualan dapat menciptakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.<sup>23</sup>

Jadi tingkat penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan tingkat penjualan itu sendiri. Perkembangan suatu usaha salah satu faktornya adalah kemampuan suatu usaha tersebut untuk meningkatkan atau mempertahankan tingkat penjualan atas barang yang telah diproduksi. Oleh karena itu, upaya untuk mempertahankan atau meningkatkan tingkat penjualan dalam rangka menjaga kelangsungan hidup usaha sangat penting.

Menurut suryana, penjualan berarti menyajikan barang agar konsumen menjadi tertarik dan melakukan pembelian. Penjualan dapat dilakukan dengan cara: langsung dan menangi konsumen, menunggu kedatangan konsumen, melayani pesanan dan kontrak produksi agar pembeli tertarik untuk membeli.<sup>24</sup>

Jadi pengertian penjualan adalah suatu kegiatan untuk menyalurkan barang kepada konsumen ataupun pembeli yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan cara promosi yang bersifat mempengaruhi konsumen tersebut hingga barang tersebut sampai terjual kepada konsumen.

---

<sup>23</sup> Danang Sunyoto, *Op. Cit*, h. 26

<sup>24</sup> Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, (Salemba Empat, Jakarta, 2006), h.155-156

Tingkat penjualan menurut Asri adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu. Jadi volume penjualan dapat dikatakan sebagai hasil kegiatan yang diukur dengan satuan.<sup>25</sup>

#### 4. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktifitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu mempengaruhi faktor-faktor penjualan.

Menurut Basu Swasth banyak faktor yang perlu diperhatikan agar tingkat penjualan yang telah dicapai dapat dipertahankan atau ditingkatkan dalam rangka menjaga kelangsungan hidup suatu usaha.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan adalah

- a. Kondisi di tuntut untuk pemahaman tentang produk yang akan dijual.
- b. Penetapan Segmentasi Pasar.
- c. Modal.
- d. Kondisi organisasi pemasaran.
- e. Kelas sosial.

Pendapat di atas, dapat penulis jelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan sebagai berikut:

- a. Kondisi dituntut untuk paham tentang produk yang akan dijual.
- b. Penetapan segmentasi pasar

---

<sup>25</sup> *Ibid*

Penetapan segmentasi pasar (pembagian wilayah pasar) yaitu pembagian nilai yang tepat agar dapat memberikan pelayanan yang lebih mudah kepada konsumen.

c. Modal

Merupakan biaya yang dibutuhkan agar dapat terpenuhi sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

d. Kondisi organisasi pemasaran

Kondisi organisasi pemasaran yaitu pembagian tentang hal-hal yang harus dibagi kegiatannya.

e. Kelas sosial

Yaitu suatu bentuk yang telah dimasyarakat oleh karena itu penjualan barang harus melihat kelas-kelas social sebagaimana yang telah terjadi dimasyarakat seperti:

- 1) Lingkungan pasar golongan petani
- 2) Lingkungan pasar golongan kota
- 3) Lingkungan pasar golongan pedagang
- 4) Lingkungan pasar golongan pegawai dan pejabat

Ada beberapa hal yang mendorong timbulnya perdagangan sebagai berikut:

1. Perbedaan kecakapan manusia

Perbedaan keahlian mendorong seseorang untuk menawarkan hasil kerjanya kepada pihak lain dan pihak yang kekurangan akan mencarinya

kepada pihak lain dan apakah yang dengan cara pertukaran (barter) atau dengan cara jual beli.

2. Kebutuhan manusia tidak terbatas

Setiap orang mempunyai kebutuhan yang sama ataupun berbeda, dalam memenuhi kebutuhannya manusia harus memperoleh dengan jalan menukar (barter) ataupun dengan jalan membeli.

3. Letak geografis

Hasil-hasil dari daerah yang keadaan iklim, kesuburan tanah yang kandungan kekayaan alamnya berbeda akan menimbulkan biaya pengelolaan yang berbeda-beda.

4. Pertambahan jumlah penduduk

Pertambahan jumlah penduduk di belahan dunia terus meningkat sehingga akan menumbulkan peningkatan produksi serta arus distribusi barang/jasa semakin luas sehingga perdagangan semakin luas. Transaksi jual-beli selalu dilandasi oleh persetujuan antara penjual dan pembeli, yaitu kesanggupan kedua belah pihak dimana penjual berjanji untuk menyerahkan suatu barang kepada pembeli dengan harga yang telah ditetapkan oleh mereka, sedangkan pembeli berjanji akan membayar harga barang itu kepada penjual pada saat yang telah ditetapkan sesuai dengan syarat yang telah disepakati.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Kasmir, Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2012), h.52.



Menurut uraian di atas dapat di jelaskan bahwa perdagangan yang dilakukan dengan cara jual dan beli atau bisa juga disebut dengan hal yang menguntungkan untuk si penjual dan pembeli, ada beberapa hal yang mendorong timbulnya perdagangan salah satunya yaitu kebutuhan manusia yang tidak terbatas karena kebutuhan yang di butuhkan manusia sangat penting dan untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka bisa dilakukan dengan menukar (barter).

### **C. Etika Bisniss Dalam Islam**

#### **5. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada *managemen ethics*. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.

Moralitas disini, sebagaimana disinggung diatas berarti: aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia. Kemudian dari kajian etika bisnis islam susunan *adjective* di atas di tambah dengan halal-haram (*degrees of lawful dan lawful*)<sup>27</sup>.

---

<sup>27</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta:Kencana Prendra Rendika Group, 2012), h. 25

Lebih lanjut Irham Fahmi mendefinisikan etika bisnis merupakan aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sangsi akan diterima. Dimana sangsi tersebut dapat berbentuk langsung dan tidak langsung.<sup>28</sup>

Dari kesimpulan diatas dapat diketahui bahwa pengertian etika bisnis adalah yang berbicara mengenai nilai dan norma yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya dan akan menjadi pedoman untuk bertingkah laku dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

## 6. Prinsip Pemasaran Dalam Islam

### a. Keadilan

Berbuat adil adalah hal yang harus dimiliki seorang pengusaha dalam memasarkan barang atau produknya. Jika seorang pemimpin tidak mampu menciptakan keadilan dalam sebuah bisnis, dan untuk sukses dunia akhirat menurut islam seorang pemimpin harus mampu bertindak secara adil dan bijaksana.

### b. Menjaga Kualitas Produk

Sebagai produsen kita harus bisa memberikan yang terbaik pada pelanggan. Salah satu cara yang bisa kita lakukan demi menjaga hubungan dengan pelanggan, yakni dengan menjaga kualitas dari

---

<sup>28</sup> Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Khusus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta,2013), h.3

barang kita. Sebagai pemasar yang baik, tentu kita harus memberikan spesifikasi barang yang sesuai dengan kualitasnya. Oleh sebab itulah mengapa menjaga kualitas barang harus dilakukan dalam bisnis.

c. Fungsi Dan Manfaat

Jika kita ingin memasarkan suatu barang, pastikan jika barang tersebut memberikan manfaat bagi pelanggan. Dan tentu manfaat tersebut harus sesuai dengan tujuan hidup menurut islam sebagai mestinya yang sudah diatur oleh agama islam.

d. Ada Keterbukaan Pada Pelanggan

Dalam memasarkan suatu barang kita harus memiliki keterbukaan dalam menjual barang. Baik terbuka tentang jenis barang, kualitas barang dan tujuan penggunaan barang tersebut. Selain membuat pelanggan mengerti dan tahu tentang seluk beluk barang tersebut, hal ini juga dilakukan agar bisa menjadi pengusaha sukses menurut islam.

e. Amanah

Sebagai seorang pebisnis kita di tuntut harus bisa memasarkan barang agar mendapatkan keuntungan yang barokah dan ketika memasarkan barang kita harus mampu menjaga kepercayaan seorang pelanggan dalam memberikan keterangan atau spesifikasi. Berikan keterangan kualitas barang dengan jelas dan sesuai atau apa adanya.

7. Konsep Etika Dalam Pemasaran

Ada 3 konsep etika dalam pemasaran yaitu:

a. Fairness (*justice*)

Fairness menjadi pusat perhatian karena menjadi kebutuhan yang paling dasar dari transaksi pasar. Setiap pertukaran atau transaksi dianggap fair atau adil ketika satu sama lain memberikan keuntungan dan memberikan informasi yang memadai. Namun, pemberian informasi dalam transaksi ini masih diragukan. Hal ini disebabkan karena penjual tidak memiliki kewajiban untuk menyediakan semua informasi yang relevan kepada pembeli/pelanggan, dan pembeli memiliki sesuatu kewajiban untuk diinformasikan mengenai apa yang dibelinya.

b. Freedom.

Freedom berarti memberikan jangkauan pada pemilihan konsumen. freedom dapat dikatakan tidak ada apabila pemasar melakukan praktik manipulasi, dan mengambil keuntungan dari populasi yang tidak berdaya seperti anak-anak, orang-orang miskin, dan kaum lansia.

c. Well-being.

Suatu pertimbangan untuk mengevaluasi dampak social dari produk dan juga periklanan, dan juga produk safety.

8. Norma Dan Etika Umum Dalam Bidang Pemasaran

a. Etika pemasaran dalam konsep produk

- 1) Produk yang di buat berguna dan dibutuhkan masyarakat.
- 2) Produk yang dibuat berpotensi ekonomi atau benefit.

- 3) Produk yang dibuat bernilai tambah tinggi.
  - 4) Produk yang dapat memuaskan masyarakat.
- b. Etika pemasaran dalam konteks harga
- 1) Harga diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat.
  - 2) Perusahaan mencari margin laba yang layak.
  - 3) Harga dibebani costproduksi yang layak.
- c. Etika pemasaran dalam konteks tempat/distribusi
- 1) Barang dijamin keamanan dan keutuhannya.
  - 2) Konsumen mendapat pelayanan cepat dan tepat.
- d. Etika pemasaran dalam konteks promosi
- 1) Sebagai sarana menyampaikan informasi yang benar dan obyektif.
  - 2) Sebagai sarana untuk membangun image positif.
  - 3) Tidak ada unsure manipulasi atau memberdaya konsumen.
  - 4) Selalu berpedoman pada prinsip kejujuran.
  - 5) Tidak mengecewakan konsumen.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### 1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), “penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala obyektif sebagai terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah”.<sup>29</sup>

Penelitian lapangan ini merupakan metode untuk menemukan realita yang terjadi. Penelitian lapangan ini datanya diperoleh dari informasi yang benar-benar dibutuhkan. Dalam hal ini, informasi yang dibutuhkan adalah dengan mencari data mengenai Pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Di Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru.<sup>30</sup>

Berdasarkan keterangan tersebut peneliti mengadakan penelitian lapangan di Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru Lampung Tengah.

##### 2. Sifat Penelitian

Sesuai dengan judul dan fokus permasalahan yang diambil maka sifat penelitian ini adalah deskriptif karena peneliti berupaya mengumpulkan

---

<sup>29</sup>Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), h. 96

<sup>30</sup>Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), h. 46

fakta yang ada dan mengungkapkan masalah dan keadaan sebagaimana adanya yang kemudian diteliti dan dipelajari sebagai kesatuan yang utuh.

Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu. Sedangkan bentuk dari penelitian ini adalah kualitatif yaitu menggambarkan apa yang terjadi di lapangan. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dalam *setting* tertentu yang ada dalam kehidupan riil (alamiah) dengan maksud untuk mencari tahu secara mendalam dan memahami suatu fenomena.<sup>31</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan mendeskripsikan fakta-fakta yang terjadi mengenai Pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Di Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru Lampung Tengah.

## **B. Sumber Data**

Sumber data adalah subjek yang memberi data atau informasi penelitian yang dibutuhkan.<sup>32</sup> Sumber data diperoleh dengan cara mengumpulkan data-data dari berbagai sumber kepustakaan, kemudian ditelaah dan dianalisa dan memformulasikannya dalam bentuk uraian yang argumentatif. Buku-buku yang dikaji adalah buku-buku yang membahas persoalan mengenai tema yang peneliti bahas.

Penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan beberapa sumber data, baik itu sumber data primer maupun sumber data sekunder. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan

---

<sup>31</sup>Rianto Adi, *Metode Penelitian Sosial Dan Humas*, ( Jakarta: Granit, 2004), h. 130.

<sup>32</sup>*Ibid*, 19

pokok permasalahan yang hendak diungkapkan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun sumber data yang dimaksud adalah sebagai berikut:

### **1. Sumber Data primer**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil dari pengisian kuisioner yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti.<sup>33</sup>

Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah pedagang Pasar Baru Rumbia yaitu ibu rina dan ibu tata dan pedagang Pasar Gaya Baru Lampung Tengah yaitu ibu elin dan ibu fitri. Untuk menggali informasi yang lebih luas tentang pengaruh pemilihan lokasi usaha di pasar baru rumbia dan pasar gaya baru.

Nama-nama pedagang diperoleh dengan menggunakan Metode Purposive Sampling. Pengertian Metode Purposive Sampling adalah salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

### **2. Sumber Data sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber penunjang yang berkaitan dapat berupa buku-buku tentang *subject metter* yang ditulis oleh orang

---

<sup>33</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, h.47



lain, dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian, majalah dan internet yang dapat mendukung penelitian yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti dan juga untuk melengkapi data yang dibutuhkan. Misalnya data mengenai keadaan pasar saat belum terarah pemilihan lokasinya, dan bagaimana keadaan pasar yang sudah terarah dengan baik,<sup>34</sup>

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam metode penelitian terdapat teknik dan instrumen pengumpulan data, adapun teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### **1. Wawancara**

Wawancara atau interview adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.<sup>35</sup>

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan jalan Tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penyelidikan.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semiterstruktur dimana dalam hal ini peneliti hanya mengajukan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan kerangka pertanyaan yang telah dipersiapkan. Sedangkan narasumber diberikan kebebasan dalam memberikan jawaban. Wawancara ini digunakan untuk mendapatkan data tentang proses pelaksanaan penelitian

---

<sup>34</sup> Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2011), h.39

<sup>35</sup> Nasution S, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), h. 113.

ini yang di dapatkan dari narasumber dan untuk mendapatkan informasi tentang Pengaruh Penerapan pemilihan lokasi usaha Di Pasar Baru Rumbia.

Wawancara yang dilakukan adalah untuk menggali informasi lebih dalam tentang Pemilihan Lokasi Toko Pakaian dengan mengajukan pertanyaan dengan pemilik toko pakaian yaitu ibu Rina Wulandari dan ibu Tata Aghata pemilik toko pakaian yang berada di Pasar Baru Rumbia. Dengan menggunakan Metode Purposive Sampling yaitu salah satu tehnik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, agenda dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data contoh denah lokasi penempatan tempat yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.<sup>36</sup>

Sehingga penelitian ini, dokumentasi yang di kumpulkan dapat berupa lembaran sejarahm, visi, misi, dan struktur organisasitan dengan

---

<sup>36</sup> Muhammad, *metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 152

tempat penelitian yaitu Pasar Baru Rumbia Lampung Tengah yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berisi gambaran mengenai Pasar Baru Rumbia Lampung Tengah.

#### **D. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat di kelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.<sup>37</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas maka analisis data dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif lapangan dan bersifat deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan memiliki pemahaman awal mengenai situasi masalah yang dihadapi.<sup>38</sup>

Setelah data yang diperlukan terkumpul, maka peneliti menyusun dan menarik kesimpulan dengan cara berfikir induktif dalam menganalisis data, yaitu suatu metode 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.

Teknik analisis kualitatif pada dasarnya mempergunakan pemikiran logis, analisis dengan logika, dengan induksi, deduksi, analogi, komprasi dan sejenis

---

<sup>37</sup>Lexy J. Meolong, *Metode Penelitian Kualitatif* Edisi Revisi, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), h. 248

<sup>38</sup>Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 89

dengan itu.<sup>39</sup> Oleh karena itu, individu pada penelitian ini bahwa peneliti akan menyampaikan serta menggambarkan suatu waktu konkrit mengenai bagaimana pengaruh pemilihan lokasi toko pakaian terhadap tingkat penjualan menurut etika bisnis Islam

---

<sup>39</sup>Sutrisno Hadi, *Metode Research jilid 1*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 2009), h.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Pemilihan Lokasi Toko Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru**

##### **1. Sejarah Berdirinya Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru**

###### **a. Sejarah Berdirinya Pasar Baru Rumbia**

Selain kawasan royal, Pasar Baru Rumbia merupakan salah satu kawasan pusat perdagangan yang penuh dengan jejak masa lampau yang masih bertahan hingga sekarang. Kawasan tersebut dipenuhi pedagang yang datang dari berbagai daerah. Kemudian para pedagang tersebut tidak terpisahkan seperti sekarang berdasarkan barang yang di jajakannya. Seiring berjalannya waktu, para pedagang yang dahulu hanya menjajakan barang dagangannya lesehan, sudah dipenuhi oleh pedagang yang membangun ruko, dan semakin hari semakin dipenuhi oleh ruko.<sup>40</sup>

###### **b. Sejarah Berdirinya Pasar Gaya Baru**

Daerah pasar gaya baru dahulu adalah hutan belantara, kemudian dibuka pada masa pemerintahan Belanda oleh para kolonis dari Jawa pada Tahun 1964. Akan tetapi mulai berdirinya Pasar Gaya Baru adalah tahun 1965 sejak datangnya penduduk transmigrasi barulah di adakan pengaturan lokasi seperti jalan-jalan, bedeng-bedeng perumahan, dan calon perdagangan, setelah itu dibentuklah pengurus

---

<sup>40</sup> Dokumentasi Pasar Baru Rumbia, 24 November 2018.

atau perangkat kampong. Tahun 1965-1969 Bapak Sutoyetno dilantik sebagai kepala pertama, dari tahun 1969-1971 kepala Pasar Gaya Baru dipegang oleh Bapak Saimin, pertengahan tahun 1972-1975 dipegang oleh Bapak Kasum, kemudian diadakan pemilihan kembali kepala Pasar yang dimenangkan oleh Bapak M. Sujono dari tahun 1975-1999. Bersamaan dengan kemajuan Pasar Gaya Baru yang mulai meningkat dan perkembangan jumlah pedagang yang semakin pesat, serta sumber daya manusia yang telah siap maka pada tanggal 04 Agustus 1999 dilantiklah Bapak Purwadi sebagai kepala Pasar Gaya Baru sampai tahun 1014 yang akan datang.<sup>41</sup>

## **2. Visi dan Misi Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru**

### **a. Visi dan Misi Pasar Baru Rumbia**

#### **1) Visi Pasar Baru Rumbia**

Terwujudnya pasar yang tertib, bersih, indah, dan nyaman dalam memajukan ekonomi kerakyatan guna menuju kemandirian perusahaan daerah.<sup>42</sup>

#### **2) Misi Pasar Baru Rumbia**

- 1. Mengembangkan potensi dan fasilitas sarana dan prasarana pasar.**
- 2. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat pengguna pasar.**

---

<sup>41</sup> Dokumentasi Pasar Gaya Baru, 25 November 2018.

<sup>42</sup> Dokumentasi Pasar Baru Rumbia, 24 November 2018.

3. Menertibkan baik pedagang, administrasi dan pungutan retribusi serta sistem pelaporan yang akurat.
4. Meningkatkan efisiensi dan efektifitas sumberdaya yang ada serta meningkatkan pengawasan.<sup>43</sup>

b. Visi dan Misi Pasar Gaya Baru

1) Visi Pasar Gaya Baru

Menjadikan Pasar Gaya Baru yang maju, demokratis, sejahtera dan mandiri.

2) Misi Pasar Gaya Baru

1. Meningkatkan kapasitas perangkat kampung dan lembaga kampung
2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia
3. Mendayagunakan sumber daya alam<sup>44</sup>

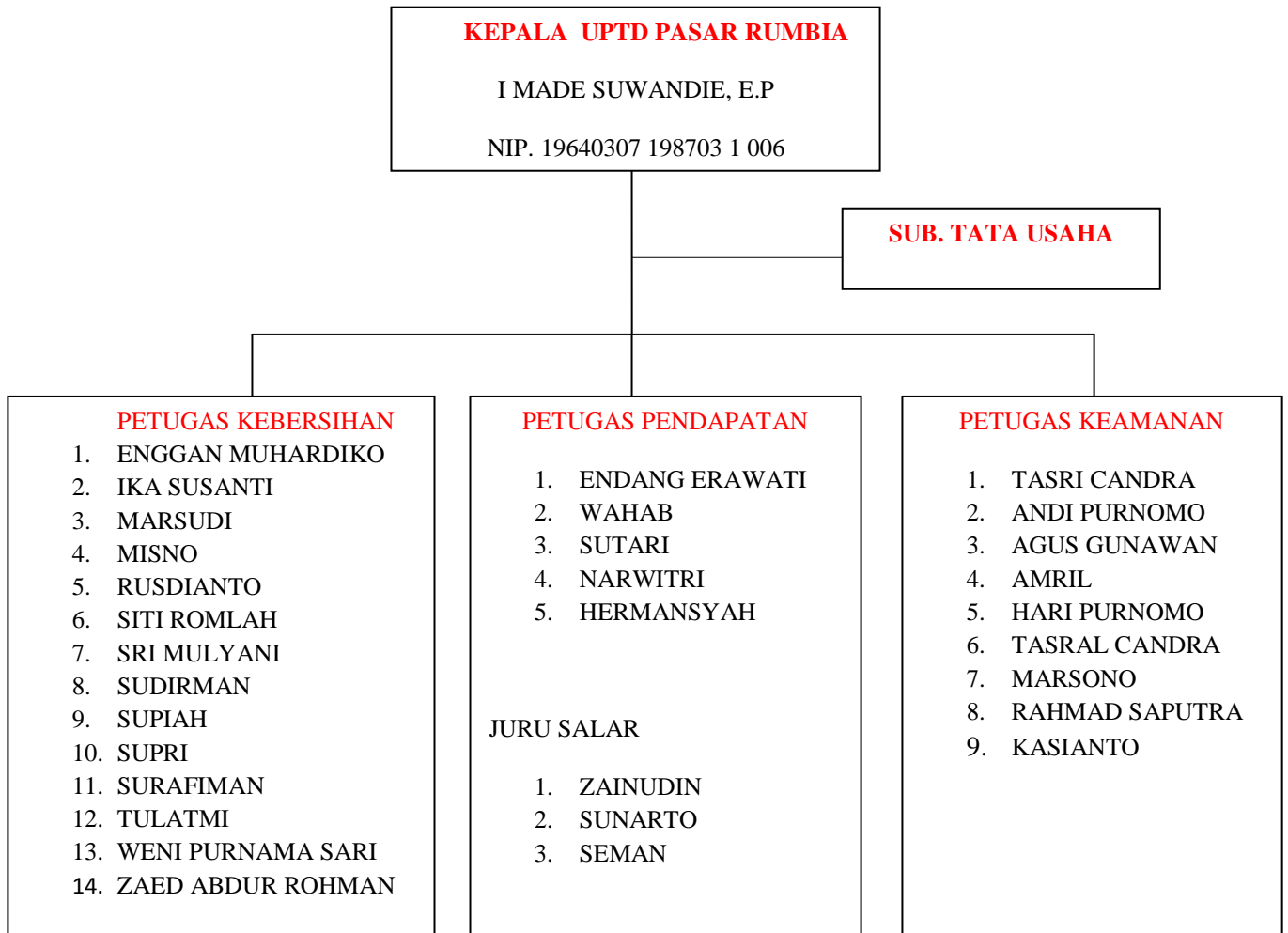
---

<sup>43</sup> Dokumentasi Pasar Baru Rumbia, 24 November 2018.

<sup>44</sup> Dokumentasi Pasar Gaya Baru, 25 November 2018.

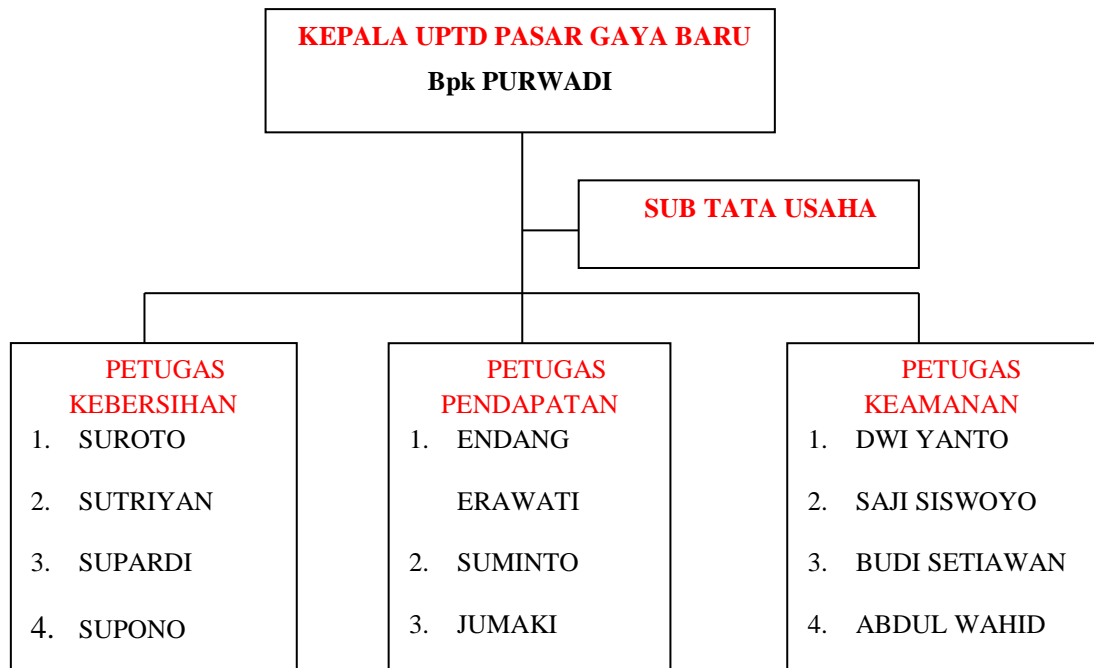
### 3. Struktur Organisasi Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru

#### a. Struktur Organisasi Pasar Baru Rumbia





b. Struktur Organisasi Pasar Gaya Baru



#### 4. Tata Letak Lokasi Pasar

a. Tata Letak Lokasi Pasar Baru Rumbia

Pasar baru rumbia menyediakan dan mengatur tata letak bagi pasar dengan membuat blok-blok yang berkode seperti R1-R6, A1-A24, B1-B12, C1-C4, D1-D8, E1-E40. Menurut pengurus pasar baru rumbia yang bernama Ibu Endang Erawati, sebenarnya pihak pasar sudah menentukan dan mengarahkan untuk pedagang agar mengisi blok-blok yang sudah ditentukan, agar sesuai dengan apa yang akan mereka perdagangkan. Dikarenakan pihak pasar sudah membagi bagian blok mana yang harus diisi dengan pedagang pakaian, mainan, elektronik dan sayuran agar tidak bercampur antara pedagang yang tidak sesuai. Tetapi banyak nya pedagang yang membandel dan menentukan blok

lokasi dagangnya sendiri-sendiri membuat peraturan pasar untuk merapikan blok tidak di hiraukan oleh para pedagang. Dan membuat lokasi dagang yang tidak sesuai atau acak-acakan.

b. Tata Letak Lokasi Pasar Gaya Baru

Pasar gaya baru menyediakan dan mengatur tata letak untuk pasar dengan membuat blok-blok yang berkode seperti R1-R6, A1-A24, B1-B12, C1-C4, D1-D8, E1-E40.

Pihak pasar gaya baru menentukan lokasi-lokasi toko yang harus diisi sesuai dengan apa yang sudah di perhitungkan. Dan rata-rata masyarakat yang akan berdagang di pasar gaya baru menjalankan apa yang sudah di tentukan dengan mengisi blok toko sesuai apa yang akan mereka perdagangkan. Hanya sedikit dari mereka yang melenceng dan tidak mematuhi peraturan dengan berdagang di blok lokasi yang tidak sesuai.

## **B. Pembahasan**

### **3. Pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan**

Menjalankan kegiatan usaha jelas memerlukan tempat usaha yang dikenal dengan lokasi usaha. Dengan adanya lokasi konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau yang dijual baik jenis, jumlah maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah

memilih dan berinteraksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.<sup>45</sup>

Lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah usaha. Pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha.

Pemilihan lokasi yang baik adalah salah satu yang harus diperhatikan oleh pedagang, agar usahanya dapat terlihat oleh orang banyak, sehingga terdapat beberapa pertimbangan yang akan di fikirkan untuk menentukan lokasi yang tepat. Penentuan lokasi tersebut harus diperhatikan oleh pedagang karena tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab lingkungan sekitarnya, dengan melihat tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan melakukan kerusakan.

Penelitian ini menjelaskan bahwa tempat usaha berpengaruh signifikan terhadap keuntungan yang diperoleh pedagang besar kecilnya keuntungan yang diperoleh oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti secara langsung seperti pendapatan dan biaya.

Hal tersebut sangat sesuai dengan apa yang terjadi pada pedagang di Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru, Karena dengan lokasi tempat usaha yang sama maka perlu didukung dengan produk, harga dan promosi untuk meningkatkan pendapatan para pedagang.

---

<sup>45</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2010), h. 129

Adapun hasil wawancara diperoleh dari empat orang terkait sebagai pemilik usaha toko pakaian terdiri dari dua pemilik usaha toko pakaian di Pasar Baru Rumbia dan dua pemilik usaha toko pakaian di Pasar Gaya Baru.

3. Kepada Ibu Rina pemilik toko pakaian dipasar Baru Rumbia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rina beliau melakukan usaha ini sejak tahun 2010, alasan beliau melakukan usaha toko pakaian ini karena dalam menjalankan kehidupan membutuhkan dana untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Mengenai pertimbangan dalam memilih lokasi usaha Ibu Rina memilih lokasi usaha yang di jalannya sekarang karena tidak jauh dengan lahan parkir dan jalan raya agar mudah di jangkau dan di lihat oleh konsumen. Bagi Ibu Rina pemilihan lokasi usaha itu penting karena lokasi usaha mempengaruhi pendapatan bagi para pedagang, tetapi dengan keterbatasan hak dalam memilih lokasi dikarenakan pemilihan di lakukan dengan cara mendahului dan tidak bisa leluasa. Penghasilan Ibu Rina perharinya mencapai 300.000-500.000 sedangkan omset penjualan perhari bisa mencapai 700.000-1.000.000.<sup>46</sup>

4. Kepada Ibu Atta pihak pemilik toko pakaian di Pasar Baru Rumbia

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Atta melakukan usaha toko pakaian sejak tahun 2008. Adapun alasan beliau dalam melakukan usaha ini karena untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari

---

<sup>46</sup> Wawancara dengan Ibu Rina, Pemilik Toko Pakaian di Pasar Baru Rumbia, 24 November 2018

karena beliau seorang janda yang mempunyai dua anak. Yang menjadi pertimbangan dalam memilih lokasi usaha ini karena berada di tengah pasar, dan tidak terlalu jauh dengan lahan parkir. Pemilihan lokasi usaha bagi Ibu Atta tidak terlalu penting karena beliau menganggap para konsumen tetap mendatanginya karena sudah mempunyai banyak pelanggan. Rata-rata penghasilan yang di peroleh oleh ibu Atta adalah 400.000-500.000, sedangkan omset penjualan perhararinya 700.000-900.000.<sup>47</sup>

5. Kepada pihak konsumen di Pasar Baru Rumbia.

Memilih berbelanja di Pasar Baru Rumbia karena dekat dengan rumah atau mudah di jangkau oleh konsumen. para konsumen merasa cukup puas setelah berbelanja di pasar baru rumbia karena apa yang mereka butuhkan terpenuhi. Kekurangan dari Pasar Baru Rumbia adalah kurangnya lahan parkir yang tersedia. Kualitas dari produk yang disediakan oleh Pasar Baru Rumbia cukup bagus tidak mengecewakan.

6. Kepada Ibu Elin pihak pemilik toko pakaian di Pasar Gaya Baru

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Elin beliau melakukan usaha toko pakaian ini sejak tahun 1998. Adapun alasan beliau mendirikan usaha toko pakaian karena untuk memenuhi segala kebutuhan yang meningkat setelah menikah pada tahuun 1998 dan menjadi ladang usaha sampai tahun 2018 ini. Yang menjadi alasan

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan Ibu Atta, Pemilik Toko Pakaian di Pasar Baru Rumbia, 24 November 2018

dalam pemilihan lokasi usaha karena toko ibu Elin berada di depan jalan raya yang mudah di lihat oleh konsumen. Bagi ibu Elin pemilihan lokasi toko menjadi sangat penting karena memudahkan konsumen dalam berbelanja. Rata-rata penghasilan yang di dapat oleh Ibu elin adalah 700.000-800.000, sedangkan omset yang di dapat mencapai 800.000-2.000.000.<sup>48</sup>

#### 7. Kepada Ibu Fitri pihak pemilik toko di Pasar Gaya Baru

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Fitri beliau mendirikan usaha Toko pakaian ini sejak tahun 2001, adapun alasan beliau mendirikan usaha toko pakaian karena untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setiap harinya makin banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi. Yang menjadi pertimbangan dalam memilih lokasi usaha sekarang karena lokasi dekat dengan lahan parkir dan mudah di jangkau. Menurut Ibu Fitri pemilihan lokasi toko itu sangat penting karena mempengaruhi omset yang di dapat, dan juga bisa memudahkan para konsumen untuk berbelanja. Rata-rata penghasilan yang di dapat adalah 500.000-700.000 sedangkan omset yang di dapat mencapai 700.000-1.500.000.<sup>49</sup>

#### 8. Kepada pihak konsumen di Pasar Gaya Baru

Memilih berbelanja di Pasar Gaya Baru karena dekat dengan rumah atau mudah di jangkau oleh konsumen. para konsumen merasa

---

<sup>48</sup> Wawancara dengan Ibu Elin Herlina, Pemilik Toko Pakaian di Pasar Gaya Baru, 25 November 2018

<sup>49</sup> Wawancara dengan Ibu Fitri, Pemilik Toko Pakaian di Pasar Gaya Baru, 25 November 2018

cukup puas setelah berbelanja di pasar Gaya Baru karena apa yang mereka butuhkan terpenuhi. Kekurangan dari Pasar Gaya Baru adalah kurangnya lahan parkir yang tersedia. Kualitas dari produk yang disediakan oleh Pasar Gaya Baru cukup bagus tidak mengecewakan.

9. Perbandingan Antara Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru

PASAR BARU RUMBIA	PASAR GAYA BARU
Tempat usaha yang berada di pasar baru rumbia telah berperan dengan baik, namun dalam mempengaruhi keuntungan masih tergolong tidak tinggi sehingga untuk meningkatkan keuntungan pedagang perlu meningkatkan daya tarik kepada konsumen, dikarenakan dalam segi lokasi usaha tidak berperan dengan baik.	Tempat usaha yang berada di pasar gaya baru telah berperan dengan sangat baik, dalam mempengaruhi keuntungan sudah tergolong tinggi dikarenakan pemilihan lokasi toko yang terarah, yang lebih memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan meningkatkan keuntungan para pedagang.

## 10. Keuntungan

### **Data distribusi keuntungan pedagang di pasar baru rumbia**

No	Nama Pedagang	Jumlah Keuntungan (RP)	Jumlah Pedagang
1	Ibu Rina	700.000-1.000.000	1
2	Ibu Atta	700.000-900.000	1

### **Data distribusi keuntungan pedagang di pasar gaya baru**

No	Nama Pedagang	Jumlah Keuntungan (RP)	Jumlah Pedagang
1	Ibu Elin Herlina	800.000-2.000.000	1
2	Ibu Fitri	800.000-1.500.000	1

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan keuntungan yang diperoleh pedagang. Jumlah pedagang yang memperoleh keuntungan sebesar Rp 700.000- Rp 1.000.000 adalah 1 orang yang yaitu Ibu Rina, Rp 700.000- Rp 900.000 adalah 1 orang yaitu Ibu Atta, Rp 800.000- Rp 2.000.000 adalah 1 orang yaitu Ibu Elin Herlina, Rp 800.000- Rp 1.500.000 adalah 1 orang yaitu Ibu Fitri. Sebagian pedagang memiliki pendapatan yang tinggi namun biayanya juga tinggi. Sedangkan sebagian lagi memiliki pendapatan yang memang tidak tinggi dan biayanya juga rendah.

Letak lokasi usaha akan berpengaruh terhadap besarnya keuntungan. Lokasi yang berada di tempat ramai akan memberikan peluang untuk



menggaet konsumen. lokasi juga mampu mempengaruhi besarnya keuntungan berdasarkan pengeluaran biaya. Lokasi yang dekat dengan sumber bahan produksi dan memiliki akses serta mobilitas tinggi akan berbeda dengan lokasi usaha yang berada didaerah terpencil dan tidak memiliki akses ke lokasi usaha. Untuk itu perlu di perhatikan dalam sebuah usaha. Apa akses jalan menuju lokasi tidak terlalu jauh dari bahan-bahan produksi. Bila lokasi yang menyediakan pemerintah, wiraswasta harus memasukannya dalam perhitungan estimasi biaya pengeluaran. Penyewaan lokasi juga akan mempengaruhi biaya.

#### **4. Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Pemilihan Lokasi Toko Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan**

Etika bisnis islam yaitu segala sesuatu yang berkaitan dengan tindakan atau aktivitas bisnis harus dilakukan berdasarkan syari'at islam untuk memperoleh kebaikan di dunia dan di akhirat serta mendapatkan keridhoan dan keberkahan dari Allah SWT. Sebagaimana firman Allah SWT dalam **QS. Al Kahfi (18):30** sebagai berikut:

Berdasarkan ayat diatas dapat diketahui bahwa seorang muslim dalam melakukan aktivitasnya harus bernilai amal shaleh agar memperoleh rahmat dan ridho dari Allah SWT. Begitu juga dalam melakukan strategi pemasaran, dalam aktivitas memasarkan produk hendaklah diniatkan agar dapat amal shaleh sehingga prosesnya memiliki manfaat yang baik di dunia dan di akhirat serta mendapatkan keridhoan dan keberkahan dari Allah SWT.

Etika tempat atau saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari semua usaha. Semakin strategi lokasi tempat dan saluran distribusi yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan kesuksesan sebuah usaha. Memang dalam islam tidak dijelaskan secara khusus bagaimana menentukan tempat atau saluran distribusi dagang yang baik. Hanya dalam islam memberikan rasa aman, nyaman, dan memudahkan konsumen untuk membeli produk merupakan hal yang di anjurkan.

Islam merupakan agama yang paling sempurna, mengatur semua aspek kehidupan yang berlandaskan Al-Quran dan Hadist. Salah satunya adalah kegiatan jual beli (muamalah). Kegiatan muamalah diantaranya adalah kegiatan ekonomi, dimana ekonomi adalah cabang ilmu yang membahas aktivitas manusia baik individu maupun kelompok dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Berdagang merupakan kegiatan ekonomi dengan menjual produk barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Pada kegiatan ekonomi, seorang wirausahawan dapat memilih dan menentukan komposisi modal, tenaga kerja, barang-barang pendukung proses produksi dan penentuan jumlah output. Seluruh kegiatan tersebut akan dipengaruhi oleh harga. Berdagang hanyalah upaya dari perilaku seorang wirausahawan dalam mengambil keputusan atau kebijakan untuk meraih tingkat keuntungan atau kebutuhan. Keuntungan bagi produsen dan kepuasan bagi konsumen.

Memperoleh keuntungan dalam islam ditekankan agar bukan melalui hasil yang sumbernya diharamkan atau proses ilegal. Pedagang di pasar baru rumbia dan gaya baru untuk memperoleh keuntungan telah sesuai dengan prinsip islam dalam bertransaksi, seperti ketika barang yang dijual jelas kepemilikannya, tidak termasuk barang yang diharamkan, dan jelas penetapan harganya. Pada prinsipnya islam menekankan bahwa keuntungan bukan semata hanya bagi produsen tetapi lebih kepada memberikan manfaat kepada sesame dan menutupi kebutuhan masyarakat.

Menurut Sadono Sukirno sumber keuntungan diperoleh dari kegiatan berikut:

1. Keuntungan adalah pembayaran terhadap risiko
2. Keuntungan di pandang sebagai pembayaran atas kegiatan inovasi
3. Keuntungan sebagai akibat kekuasaan monopoli.<sup>50</sup>

Poin pertama menjelaskan kegiatan usaha bukan hanya memenuhi permintaan pasar dimasa sekarang tetapi juga dimasa yang akan datang. Ketidak pastian dimasa mendatang, membuat wirausahawan membuat ramalan-ramalan tentang usahanya agar dapat menentukan strategi kegiatan usahanya dimasa yang akan datang. Strategi tersebut akan menentukan untung atau ruginya suatu usaha nanti. Maka dari itu keuntungan merupakan pembayaran atas risiko. Kehendak adanya keseimbangan antara keuntungan dan tingkat kesulitan perputaran serta

---

<sup>50</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar 1*,(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), h. 385.

perjalanan modal. Penetapan harga barang dagangan merupakan perhitungan yang diukur berdasarkan biaya-biaya yang telah dikeluarkan.

Pada poin kedua, menjelaskan kegiatan perusahaan untuk melakukan inovasi, yaitu mengadakan pembaruan dalam manajemen, pemasaran dan teknik memproduksi, memegang peranan penting dalam menjamin kesuksesan suatu usaha. Para pedagang di pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya baru juga mengimplikasikan inovasi dalam kegiatan usahanya. Kegiatan inovasi yang mereka praktikkan telah sesuai dengan batasan-batasan dalam Islam. Inovasi pada barang dagangan terutama minuman dan makanan tidak mengandung unsure-unsur haram didalamnya.

Pada poin ketiga, menjelaskan cara yang dilakukan wirausahawan untuk memperoleh keuntungan. Kegiatan yang bertujuan membatasi persaingan ini memungkinkan wirausahawan memperoleh keuntungan melebihi batas normal dalam jangka panjang. Membatasi produk-produk dan menjamin agar harga melebihi biaya rata-rata mengakibatkan keuntungan yang diperoleh meningkat dengan baik. Ditinjau dari ekonomi Islam, kegiatan monopoli merupakan hal yang dilarang. Monopoli dapat menimbulkan ketidakstabilan harga sehingga dilarang praktiknya. Bagi para pedagang di Pasar Baru Rumbia Dan Gaya Baru monopoli merupakan kegiatan yang dapat merusak penjualan, menurunnya minat konsumen, dan kerugian dimasa yang akan datang. Kegiatan monopoli bagi para pedagang tidak boleh dipraktikkan karena konsumen akan memilih, mencari barang yang lebih murah untuk dikonsumsi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Bagi ikatan pedagang Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru, untuk meningkatkan pendapatan maka harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan, sebaiknya para pedagang dapat lebih meningkatkan pemilihan lokasi yang lebih strategis dengan cara memperhatikan faktor yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha, seperti: lokasi yang mudah dijangkau transportasi, dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan, ketersediaan lahan parkir yang luas dan aman, memiliki jasa public yang memadai, terletak pada lalu lintas yang lancar, dan lokasi yang memberikan manfaat bagi masyarakat sekitarnya dengan tujuan meningkatkan pendapatan bagi para pedagang.
2. Ditinjau dari etika bisnis islam, pedagang di Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru memperoleh keuntungan telah sesuai dengan prinsip-prinsip dalam bertransaksi. Barang yang didagangkan tidak mengandung unsur haram atau proses ilegal. Sumber keuntungan yang berasal dari pembayaran risiko dan inovasi merupakan kegiatan yang tidak dilarang dalam Islam. Serta menghindari monopoli harga sebagai cara untuk

memperoleh keuntungan karena berdampak pada ketidak seimbangan pasar.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diambil, maka saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Untuk meningkatkan keuntungan diharapkan kepada pihak terkait, khususnya pihak Ketua Pasar beserta Pengurus-pengurusnya sebagai penyedia tempat untuk meningkatkan fasilitas serta menerapkan peraturan bagi pedagang
2. Untuk peneliti selanjutnya digarapkan mampu mengembangkan penelitian yang telah saya lakukan untuk melihat faktor-faktor lain yang memengaruhi keuntungan yang diperoleh pedagang di Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fathoni. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Alam S. *Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013.
- Faisal Badroen. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prendra Rendika Group, 2012.
- Fandi Tjipto dan Georgorius Chandra. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi, 2008.
- Fandy Tjipono. *Pemasaran Strategi*, Yogyakarta: Andi, 2012.
- Harding, H.A. *Manajemen Produksi*, Jakarta: Balai Aksara, 2002.
- Husein Umar. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Alfabeta, 2010
- Irham Fahmi. *Etika Bisnis Teori, Khusus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Jumingan. *Study Kelayakan Bisnis*, Gilingan: Bumi Aksara, 2009.
- Kasmir dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Rajawali Pers, 2011.
- . *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2010.
- Kolter, Philip dan Kevin Lane Kellcer. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2009.
- Lexy J. Meolong. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Mahmud Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2003.

- Muhammad Firdaus, dkk. *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*. Jakarta: Renaisan Anggota IKPAI, 2005.
- Muhammad. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Nasution S, *Metode Research*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.
- Philip Kotler dan Gery Armstrong. *Principals of Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2001.
- R. Heru Kriatanto HC. *Kewirausahaan Entrepreneurship, Pendekatan Manajemen dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Render dan Jay Haizer. *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Rianto Adi. *Metode Penelitian Sosial Dan Humas*. Jakarta: Granit, 2004.
- Robinsin Tarigan. *Ekonomi Regional dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Sadono Sukirno. *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar 1*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Sumardi Suryabrata. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2011.
- Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat, Jakarta, 2006.
- Sutrisno Hadi. *Metode Research jilid 1*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 2009.
- Suwinto Johan. *Study Kelayakan Bisnis*. Bandung: Graha Ilmu, 2011.
- Zuhairi, dkk. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Metro: STAIN Jurai Siwo Metro, 2016.





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.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-156a/In.28/FEBI/PP.00.9/05/2017

03 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
2. Zumaroh, M.E.Sy  
di – Metro

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

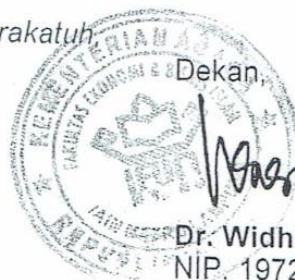
Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
Judul : Pengaruh Penetapan Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Di Toko Pakaian Menurut Etika Bisnis Islam (Study Kasus Pasar Baru Rumbia Lampung Tengah)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
  - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b. Isi ± 3/6 bagian.
  - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*



Dekan,  
Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum  
NIP. 197209232000032002

**PENGARUH PEMILIHAN LOKASI TOKO PAKAIAN TERHADAP  
TINGKAT PENJUALAN MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Komperatif Antara Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru,  
Lampug Tengah)**

**OUTLINE**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**HALAMAN KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
  - 1. Manfaat Teoritis
  - 2. Manfaat Praktis

E. Penelitian Relevan

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Lokasi Usaha

1. Pengertian Lokasi Usaha
2. Faktor-faktor Pertimbangan Dalam Pemilihan Lokasi Usaha
3. Tahap Pemilihan Lokasi
4. Teori Lokasi Memaksimumkan Laba
5. Konsep Lokasi Dalam Ekonomi Islam

B. Tingkat Penjualan

1. Pengertian Tingkat Penjualan
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam
2. Prinsip Pemasaran Dalam Islam
3. Norma Dan Etika Umum Dalam Bidang Pemasaran
4. Konsep Etika Dalam Pemasaran

## **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. Teknik Analisis Data

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Penelitian**

1. Gambaran Umum Pemilihan Lokasi Toko Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru
  - a. Sejarah Berdirinya Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru
  - b. Visi dan Misi Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru
  - c. Struktur Organisasi Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru

### **B. Pembahasan**

1. Pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan
2. Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Pemilihan Lokasi Toko Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

### **B. Saran**

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Metro, Juli 2018

Peneliti



**Ira Farlina Riosah Sani**  
NPM 13103164

Pembimbing I



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

Pembimbing II



**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19671025 200003 1 003



**ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)**  
**PENGARUH PEMILIHAN LOKASI TOKO TERHADAP TINGKAT**  
**PENJUALAN MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM (Study Komperatif**  
**Antara Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gayabaru Lampung Tengah)**

**A. Wawancara**

1. Wawancara dengan pemilik toko di Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru
  - a. Sejak kapan anda berdagang di Pasar Baru Rumbia/Pasar gaya Baru?
  - b. Apa alasan anda berdagang di Pasar Baru Rumbia/Pasar Gaya Baru?
  - c. Apa yang menjadi pertimbangan anda memilih lokasi usaha?
  - d. Seberapa pentingkah pemilihan lokasi usaha bagi anda? mengapa?
  - e. Berapa rata-rata penghasilan anda perharinya?
  - f. Berapa volume atau omset penjualan perhari?
  
2. Wawancara dengan konsumen di Pasar Baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru
  - a. Mengapa anda lebih memilih berbelanja di pasar baru rumbia/Pasar Gaya Baru?
  - b. Apakah anda puas setelah berbelanja di Pasar Baru Rumbia/Pasar Gaya Baru?
  - c. Apa kekurangan yang anda rasakan ketika berbelanja di pasar baru rumbia?
  - d. Bagaimana kualitas produk yang ada di pasar baru rumbia?

**B. Dokumentasi**

1. Sejarah , visi dan misi, dan struktur organisasi Pasar baru Rumbia dan Pasar Gaya Baru
2. Data tentang pemilihan lokasi toko pasar baru rumbia dan pasar gaya baru sebagai objek penelitian.

Metro, November 2018  
Mahasiswa Ybs.



**Ira Farlina Roisah Sani**  
NPM. 13103164

Pembimbing I

Mengetahui,

Pembimbing II



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

**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002



**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 : 2729/In.28/D.1/TL.00/12/2018  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Kepala Pasar Baru Rumbia Dan  
Pasar Gaya Baru Lam-Teng  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*


Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2728/In.28/D.1/TL.01/12/2018,  
tanggal 03 Desember 2018 atas nama saudara:

Nama : **IRA FARLINA ROISAH SANI**  
NPM : 13103164  
Semester : 11 (Sebelas)  
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru Lam-Teng, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PEMILIHAN LOKASI TOKO TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY KOMPERATIF ANTARA PASAR BARU RUMBIA DAN PASAR GAYABARU LAMPUNG TENGAH)".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 03 Desember 2018  
Wakil Dekan I,  
  
Drs. H.M. Saleh MA  
NIP 19650111 199303 1 0011





**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.iaim@metrouniv.ac.id

## SURAT TUGAS

Nomor: 2728/In.28/D.1/TL.01/12/2018

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

Nama : **IRA FARLINA ROISAH SANI**  
NPM : 13103164  
Semester : 11 (Sebelas)  
Jurusan : Ekonomi Syaria`h

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Pasar Baru Rumbia Dan Pasar Gaya Baru Lam-Teng, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PEMILIHAN LOKASI TOKO TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM (STUDY KOMPERATIF ANTARA PASAR BARU RUMBIA DAN PASAR GAYABARU LAMPUNG TENGAH)".
  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 : 03 Desember 2018



Wakil Dekan I,

**Drs. H.M. Saleh MA**  
NIP 19650111 199303 1 0011



**PEMERINTAH KABUPATEN LAMPUNG TENGAH  
DINAS PERDAGANGAN PASAR DAERAH RUMBIA  
DAN SEPUTIH SURABAYA**

*Alamat : Jalan Raya Reno Basuki Kec. Rumbia Kab. Lampung Tengah Kode Pos 34157*

Nomor :  
Lampiran : -  
Perihal : Konfirmasi Izin Research

Kepada Yth.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo  
Metro Timur

Di -

Kota Metro

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Menindak lanjuti surat Saudara No. 2729 /In.28/D.1/TL.00/12/2018 tanggal 3 Desember 2018 perihal "Izin Research" dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/sekripsi dengan judul " Pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Terhadap Tingkat Penjualan Menurut Etika Bisnis Islam (Study Komperatif Antara Pasar Daerah Rumbia dan Seputih Surabaya Lampung Tengah), pada prinsipnya tidak berkeberatan dan bersedia memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan research di pasar Baru Rumbia Lampung Tengah Kepada Mahasiswa sebagai berikut :

No	Nama Mahasiswa	L/P	NPM	Jurusan
1	Ira Farlina Roisah Sani	P	13103164	Ekonomi Syari'ah

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Rumbia, 02 Januari 2019

Kepala UPTD Rumbia dan Seputih Surabaya



**MADE SUWANDIE, EP**  
NIP. 19620107 198703 1 006





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : IX/ 2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	8/10/19		<ul style="list-style-type: none"><li>- mulai analisis possible format penelitian</li><li>- Basi penguatan ttg: bahan penelitian lokasi itu akan mempunyai pengaruh → terkait dg penelitian keutuhan → ini diafer ulun etika bisnis Islam yaitu</li><li>- Susun sistematika</li></ul>	

Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Siti Zulaikha, S.Ag, MH  
NIP : 19720611 198 803 2 001

Ira Farlina Roisah Sani  
NPM. 13103164



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : IX/ 2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	7/11/19 /01		<ul style="list-style-type: none"><li>- mungkin - 7 → topik berbeda topik. lihat lagi APO!</li><li>- semua laporan tidak ada data pendukung tinggi - rendah dan mana?</li><li>- analisis etika bisnis Islam → yg hrs di dukung data!</li></ul>	

Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Siti Zulaikha, S.Ag, MH  
NIP :19720611 198 803 2 001

Ira Farlina Roisah Sani  
NPM. 13103164



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail:  
[iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : XI / 2018

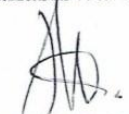
No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 20/18 /12	✓	- Menambahkan Tata Letak Lokasi Toko di pasar baru Rumbia dan Gaya Baru.  - Membuat Bagan/tabel Perbedaan/Perbandingan antara pasar Rumbia dan pasar lama.	

Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy.

NIP. 19671025 200003 1 003

Mahasiswa Ybs,

  
Ira Farlina Roisah Sani

NPM. 13103164





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail:  
[jainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:jainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : IX/ 2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 20/10 /12	✓	- Menambahkan Tata Letak Lokasi Toko dipasar baru Rumbia dan pasar gaya baru  - Membuat Tabel Perbandingan antara Pasar baru Rumbia dan Pasar gaya baru.	

Pembimbing II,

**Zumaroh, M.E.Sy.**

NIP. 19671025 200003 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Ira Farlina Roisah Sani**

NPM. 13103164



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : XI / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Sabtu 15 / 18 / 12	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sertakan Sumber</li><li>- Benahi struktur organisasi</li><li>- Pastikan APD sudah digunakan, Sumber data primer sudah diwawancarai</li><li>- Pastikan data sudah tersaji seluruhnya secara sistematis dan sebutkan sumbernya di footnote.</li><li>- Konsistensi penulisan dan pembahasan karena ini perbandingan.</li><li>- Analisis masih dangkal</li><li>- Bedakan antara bahasa baku dengan bahasa peneliti</li><li>- Perketik banyak kesalahan</li><li>- Menarasikan data gunakan bahasa baku tulis, bukan bahasa lisan.</li></ul>	

Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy.

NIP. 19671025 200003 1 003

Mahasiswa Ybs,

Ira Farlina Roisah Sani

NPM. 13103164



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : XI / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	22/18 /a		ada APD lanjutan penulisan penelitian	

Pembimbing I

**Siti Zulaikha, S.Ag, MH**  
NIP : 19720611 198 803 2 001

Mahasiswa Ybs,

**Ira Farlina Roisah Sani**  
NPM. 13103164







**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : XI / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	22/2018 /11		1. Daftar pertanyaan berdasarkan Teori di Bab II disusun Sistematis  Acc APP, lanjutka konsultasi ke Pembimbing I	  

Pembimbing II,

**Zumaroh, M.E.Sy.**

NIP. 19671025 200003 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Ira Farlina Roisah Sani**

NPM. 13103164



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail:  
[iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : XI / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	21/11/18		acc bab i-iii lanjutan APD	

Pembimbing I

**Siti Zulaikha, S.Ag, MH**  
NIP :19720611 198 803 2 001

Mahasiswa Ybs,

**Ira Farlina Roisah Sani**  
NPM. 13103164



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : XI / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	8/2018 /11		<p>Bab III → implementatif Ciri: sumber data primer diperoleh dari mana? yg paling utama adalah pedagang baru? lalu bagaimana menentukan jumlah pedagang? baru dan bpk, tapi tdk mungkin Semua → maka gunakan metode purposive sampling/snowball sampling. dan ini hrs sistem dan wawancara.</p>	

Pembimbing I

Siti Zulaikha, S.Ag, MH  
NIP : 19720611 198 803 2 001

Mahasiswa Ybs,

Ira Farlina Roisah Sani  
NPM. 13103164





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : XI / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	5/18 /11		<ul style="list-style-type: none"><li>- Bab II → tidak ada dalam atau yg ini dari ayat/ hadis</li><li>- seperti jenis font foot note</li><li>- Bab III → belum terpenuhi substansi metode! Bandingkan margin? Kerum sub bab agar tidak berulang? dan sudah hrs bersifat komplementatif lihat off di dlu</li></ul>	

Pembimbing I

Siti Zulaikha, S.Ag, MH  
NIP :19720611 198 803 2 001

Mahasiswa Ybs,

Ira Farlina Roisah Sani  
NPM. 13103164



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : XI / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	30/18 /10		<ul style="list-style-type: none"><li>- bentuk konsep teori proposal tidak perlu di kembangkan lagi cukup catat/motivasi hasil seni dan sja.</li><li>- kembangkan outline</li><li>- Lem → masalah yg terjadi belum terjawab sama gambarnya!</li><li>- Kite masalah membuat diagram to? + masalah apa yg dijadiin has jels</li><li>- pentingnya per. satu saja → begini konsep etika bisnis kelas terd penguas perilihan...</li><li>- " " " "</li><li>- cari aja di senikan</li></ul>	

Pembimbing I

**Siti Zulaikha, S.Ag, MH**  
NIP : 19720611 198 803 2 001

Mahasiswa Ybs,

**Ira Farlina Roisah Sani**  
NPM. 13103164



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id) E-mail: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	18/18 /9		<ul style="list-style-type: none"><li>- Covernya jangan Proposal lagi</li><li>- Penyajian data awal diperbaiki</li><li>- (Footnote) disesuaikan dengan pedoman</li><li>- Perhatikan penyajian data / cerita</li><li>- Ini sudah hasil Temuan Penelitian bukan cerita awal saja, yang menunjukkan Masalah.</li><li>- Tujuan Penelitian disesuaikan pertanyaan</li><li>- Manfaat Praktis Bagi peneliti diperbaiki</li><li>- Penelitian Relevan di sesuaikan.</li></ul>	

Pembimbing II,

**Zumaroh, M.E.Sy.**

NIP. 19671025 200003 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Ira Farlina Roisah Sani**

NPM. 13103164





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail:  
[iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	27/18 /8		acc online lanjutan penulisan	

Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

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

Ira Farlina Roisah Sani  
NPM. 13103164



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- outline bab I disesuaikan</li><li>- Teori lokasi usaha diperbaiki urutan</li><li>- Teori tingkat pengualan diperbaiki sesuai konsep pengualan</li><li>- EBI, cukup yg teori EBI dan bidang pemasaran</li></ul>	✓
		✓	Acc outline Cantumkan Konsultasi ke pembimbing I	

Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy.

NIP. 19671025 200003 1 003

Mahasiswa Ybs,

Ira Farlina Roisah Sani

NPM. 13103164





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	3/18 /5		idea penelitian, isi LBM di arahkan pada perbandingan antara poor yg sdg menempaan segmen dan per tumbuh yg belum → ada problem fidns ?	
	25/18 /5		acc di seminarakan lengkapinya unnr? ya	

Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Siti Zulaikha, S.Ag, MH  
NIP : 19720611 198803 2 001

Ira Farlina Roisah Sani  
NPM. 13103164



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	2-1-2018	✓	Ace proposal lanjuttan konsultasi ke pembimbing I	

Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy.

NIP. 19671025 200003 1 003

Mahasiswa Ybs,

Ira Farlina Roisah Sani

NPM. 13103164



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
 JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail:  
[iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
 NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
 Semester/ TA : XI / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	17/10 10	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sifat Penelitian Lengkapi / diperbaiki</li> <li>• Sumber data Primer Perbaiki</li> <li>• Sumber data skunder                ⇒ Sebutkan Buku utama lengkap dengan identitas</li> <li>• Wawancara                ⇒ Sesuaikan sumber data primer apa lya cuma 1 Pedagang</li> <li>• Teknik analisis data                ⇒ Sesuaikan dg judul yang sudah diubah</li> </ul> <p>ACC bab III,            lanjutkan konsultasi pembimbing I &amp; penyusunan APD</p>	          f          f

Pembimbing II,

**Zumaroh, M.E.Sy.**

NIP. 19671025 200003 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Ira Farlina Roisah Sani**

NPM. 13103164





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id) E-mail:  
[iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	• Banyak yang harus dijelaskan dengan Bahasa sendiri .  • Teori Halaman 22-24 itu teori untuk apa? Bisakah untuk menganalisis pemilihan Lokasi ?	
		✓	ACC bab II, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	

Pembimbing II,

**Zumaroh, M.E.Sy.**

NIP. 19671025 200003 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Ira Farlina Roisah Sani**

NPM. 13103164



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id) E-mail:  
[iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	Ace bab I, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	

Pembimbing II,

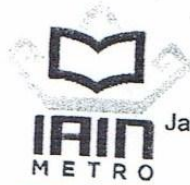
Zumaroh, M.E.Sy.

NIP. 19671025 200003 1 003

Mahasiswa Ybs,

Ira Farlina Roisah Sani

NPM. 13103164



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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	21/10 /3		<p>penelitian ini akan ke mana to ? di awal → tidak ada segmentasi sehingga tessin sempurna di akhir di kompleks? yg benar mana ?? lihat hal. 6</p> <p>cobn di LBM unikun perbedaan pasar yg ada segmentasi dan tidak → tabel bgn di rumah ? tabel atau di bagian mana lain?</p>	

Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Siti Zulaikha, S.Ag, MH  
NIP : 19720611 198 803 2 001

Ira Farlina Roisah Sani  
NPM. 13103164





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [lainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:lainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	12/18 /03		<ul style="list-style-type: none"><li>- top konsultasi di semester 8 yg selesai!</li><li>- Pantesan pembimbing 2 mau bimbingan</li><li>- Yang akan kamu bahas itu apa? aturan ttg segmentasi di pasar itu ada faktor? faktor ada faktor faktor → (alasan di peminatan masalah ada → byon akan menuliskan?)</li><li>- Bab II → aturan sub judul yg isinya berbeda?</li></ul>	

Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

**Siti Zulaikha, S.Ag, MH**  
NIP : 19720611 198803 2 001

**Ira Farlina Roisah Sani**  
NPM. 13103164



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	29-9-2017	✓	Catatan bimbingan sebelumnya blm diperbaiki seluruhnya Coba lihat lagi detail catatan bimbingan tsb, perbaiki sesuai arahan	
	6-10-2017	✓	Diperbaiki dulu sesuai catatan bimbingan, jangan buru-buru? maju lagi usi proposal semakin tdk jelas arahnya lihat lagi detail catatan di awal bimbingan	

Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy.

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Ira Farlina Roisah Sani

NPM. 13103164





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 21/17 8	✓	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Perbaiki Cover Karena tidak sesuai dg Pedoman</li><li>2. Latar belakang<ul style="list-style-type: none"><li>- Masih Dangkal</li><li>- Harus jelas beda Teori dan data lapangan serta sumbernya.</li></ul></li><li>3. Lihat Pedoman, dibaca Dibaca, digunakan banyak yg tidak sesuai dengan pedoman</li><li>4. Marjin</li><li>5. Halaman</li><li>6. Pertanyaan Penelitian "Jangan Sama Persis JdL"</li><li>7. Dipisah antara "Tujuan Penelitian dan manfaat Penelitian"</li><li>8. Salah fotenoot survay</li><li>9. Manfaat Praktis "bedakan dg yg teoritis"</li><li>10. Salah font fotenoot</li><li>11. Kesimpulan Penelitian Relevan (Beda Itu tidak hanya di lokasi, Perjalan)</li></ol>	

Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

Zumaroh, M.E.Sy.  
NIP. 19790422 200604 2 002

Ira Farlina Roisah Sani  
NPM. 13103164



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI 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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 21/12 /18	✓	12. Bab II (Banyak yang mubadzir tidak terpakai y/ analisis dan tidak sesuai Variable judul)  13. - Setelah mengutip Jelaskan dengan bahasa sendiri - Bedakan Kutipan Langsung dan tidak Langsung.  14. Bab III * Dirinci - Jenis - Sifat.  15. Ganti footnote dari Ibu Soraya.  16. Harus bisa membedakan data dengan sumber data 16.1. Wawancara => definisi, jenis, kegunaan 2. Dokumentasi => definisi kegunaan.  17. Praktiknya dari Teknik analisis data.	

Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy.

NIP. 19671025 200003 1 003

Mahasiswa Ybs,

Ira Farlina Roisah Sani

NPM. 13103164





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](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ira Farlina Roisah Sani  
NPM : 13103164

Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Sy  
Semester/ TA : VIII / 2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	5/4 2017		<p>Begitu itu ya ----- antara LBM &amp; RM bertentangan, maka jika faktanya seperti di LBM → RM juga di semaikan saja.</p> <p>ctf = Mengapa pegawai tidak mau di luputi lemb? atau apalah...</p> <p>Bab II → minor footnote → dan tidak boleh selain itu!</p> <p>Bab III → Bertautkan tentang asal jadi → antara SDP x wawancara bdn, dokumen dan wawancara pribadi SDS → tidak jelas yg di gunakan</p>	

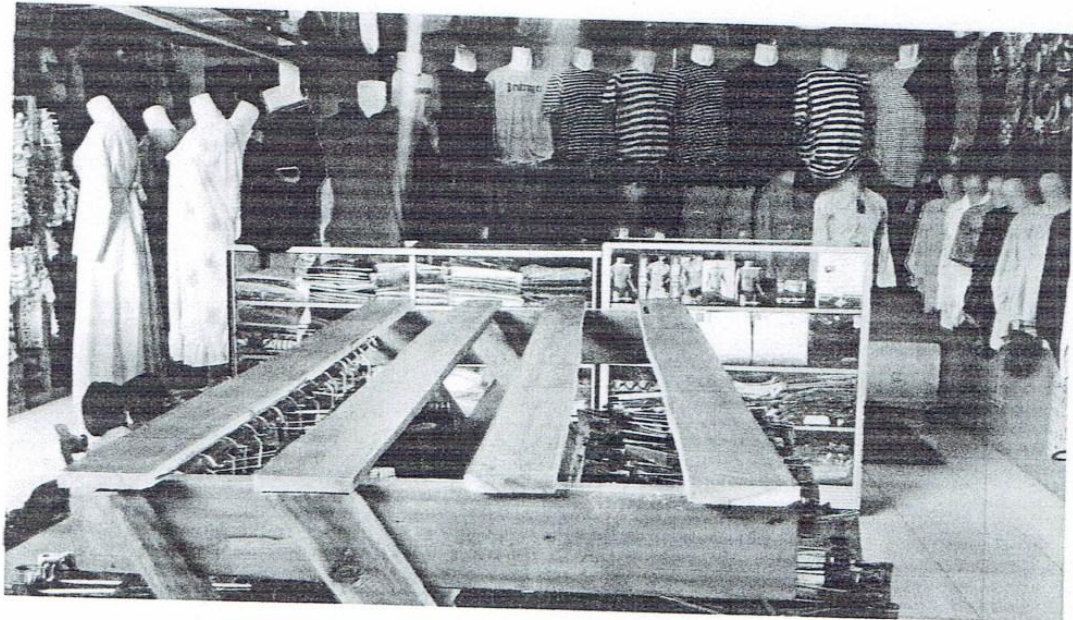
Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Siti Zulaikha, S.Ag, MH  
NIP : 19720611 198 803 2 001

Ira Farlina Roisah Sani  
NPM. 13103164

A. Wawancara di Pasar Baru Rumbia





B. Wawancara di Pasar Gaya Baru





# BELI SEKARANG SEBELUM KENABISAN PASAR DAERAH RUMBIA

Kepulauan Sulawai Lampung Tengah Nomor: 332/KPTS/01/2016  
Tentang Persetujuan Harga Jual Ruko, Toko, dan Hamparan  
Pembangunan Pasar Daerah Rumbia

No	Tipe	Likuran	Posisi	Unit	Harga
1	Ruko	4 x 8	Hook	8	315,000,000
2	Ruko	4 x 8	Standar	2	305,000,000
3	Toko	4 x 8	Hook	4	175,000,000
4	Toko	4 x 8	Standar	4	165,000,000
5	Toko	4 x 4	Hook	96	79,250,000
6	Toko	4 x 4	Standar	16	76,250,000
7	Toko	3 x 4	Hook	48	68,500,000
8	Toko	3 x 4	Standar	16	65,250,000
9	Toko	3 x 3	Hook	16	56,000,000
10	Toko	3 x 3	Standar	16	53,000,000
11	Hamparan	2 x 1.75	Hook	32	25,000,000
12	Hamparan	2 x 1.75	Standar	16	23,000,000
13	Hamparan	2 x 1.5	Hook	160	18,750,000
14	Hamparan	2 x 1.5	Standar	80	16,750,000
				514	



DP 30%  
Bisa Pilih Unit

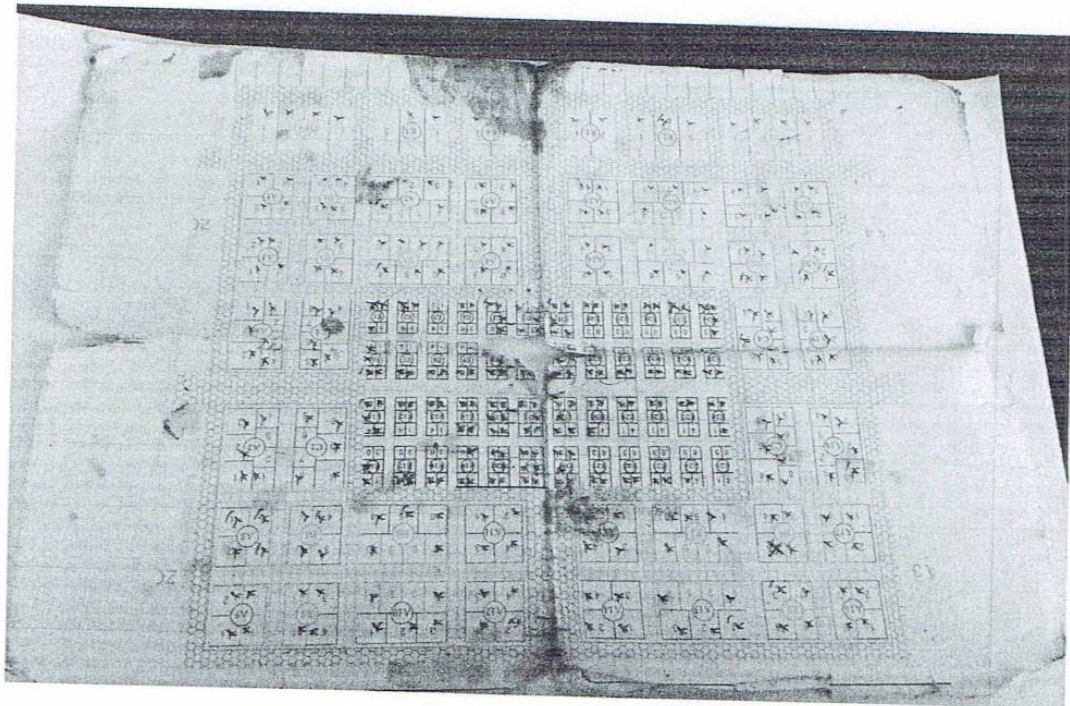
## JADWAL PENDAFTARAN :

**PEDAGANG LAMA** : 13 JUNI - 9 JULI 2016  
**PEDAGANG BARU** : 20 JULI - 30 DESEMBER 2016  
**PEMBAYARAN DP** : 13 JUNI - 30 AGUSTUS  
**PELUNASAN** : 01 JULI - 20 DESEMBER 2016

**P.T. SAI BUNI MANDIRI**

Informasi Hubungi Marketing PT. Sei Bumi Mandiri :

**FENDI** : 8853 6636 9333  
**GUNTER** : 6916 418 105





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: [digilib.metrouniv.ac.id](http://digilib.metrouniv.ac.id); [pustaka.iain@metrouniv.ac.id](mailto:pustaka.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-43/In.28/S/OT.01/01/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Ira Farlina Roisah S  
NPM : 13103164  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 13103164.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 08 Januari 2019  
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd. &  
NIP. 195808311981031001



## RIWAYAT HIDUP



peneliti tempuh:

1. TK LKMD pada tahun 2001.
2. SD N 1 Reno Basuki Rumbia pada tahun 2007.
3. SMP N 1 Rumbia pada tahun 2010.
4. SMA N 1 Rumbia pada tahun 2013.

Kemudian pada tahun 2013 peneliti melanjutkan study di Sekolah Tinggi Agama Islam Negri (IAIN) Jurai Siwo Metro, mengambil prodi S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Pada akhir masa study, peneliti mempersembahkan Skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Pemilihan Lokasi Toko Pakaian Terhadap Tingkat Penjualan Menurut Etika Bisnis Islam”**.