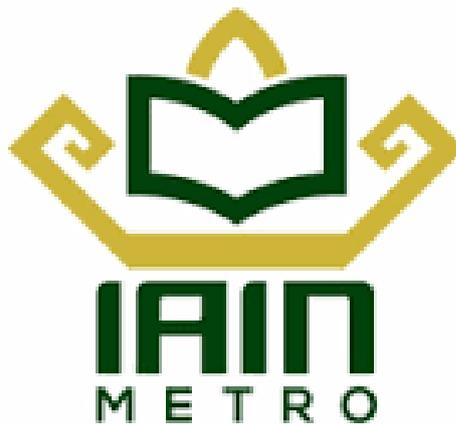


**SKRIPSI**

**ANALISIS PENDISTRIBUSIAN YANG EFEKTIF GUNA  
MENINGKATKAN PENJUALAN SUSU FRISIAN FLAG PADA  
CV. SUMBER MAKMUR METRO DITINJAU DARI ETIKA  
BISNIS ISLAM**

**Oleh:  
Muqtadir Adi Pratama  
NPM. 14118814**



**Jurusan Ekonomi Syari'ah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

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

**ANALISIS PENDISTRIBUSIAN YANG EFEKTIF GUNA  
MENINGKATKAN PENJUALAN SUSU FRISIAN FLAG PADA  
CV. SUMBER MAKMUR MERTO DITINJAU DARI ETIKA  
BISNIS ISLAM**

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

Oleh:  
Muqtadir Adi Pratama  
NPM. 14118814

Pembimbing I : Drs. Musnad Rozin, MH  
Pembimbing II : Suci Hayati, S.Ag, MSI

Jurusan Ekonomi Syari'ah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

## HALAMAN PERSETUJUAN

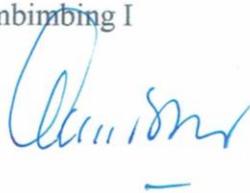
Judul Skripsi : **ANALISIS PENDISTRIBUSIAN YANG EFEKTIF  
GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN SUSU  
FRISIAN FLAG PADA CV. SUMBER MAKMUR  
METRO DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

Nama : Muqtadir Adi Pratama  
NPM : 14118814  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah

## MENYETUJUI

Sudah dapat kami setujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing I



**Drs. Musnad Rozin, MH**  
NIP. 19540507 198603 1 002

Metro, 26 Juni 2019  
Pembimbing II



**Suci Hayati S.Ag, MSI**  
NIP. 19770309 200312 2 003

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) Berkas  
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk dimunaqosyahkan

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:

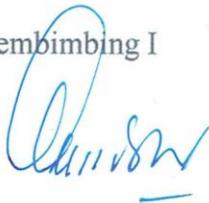
Nama : Muqtadir Adi Pratama  
NPM : 14118814  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : **ANALISIS PENDISTRIBUSIAN YANG EFEKTIF  
GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN SUSU  
FRISIAN FLAG PADA CV. SUMBER MAKMUR  
METRO DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

Sudah dapat kami setuju 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



**Drs. Musnad Rozin, MH**  
NIP. 19540507 198603 1 002

Metro, 26 Juni 2019  
Pembimbing II



**Suci Hayati, S.Ag, MSI**  
NIP. 19770309 200312 2 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No: 1773/In.28.9/D/PP.00.9/07/2019

Skripsi dengan judul: ANALISIS PENDISTRIBUSIAN YANG EFEKTIF GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN SUSU FRISIAN FLAG PADA CV. SUMBER MAKMUR METRO DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM disusun oleh: Muqtadir Adi Pratama, NPM 14118814, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Selasa, 2 Juli 2019

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Drs. Musnad Rozin, MH

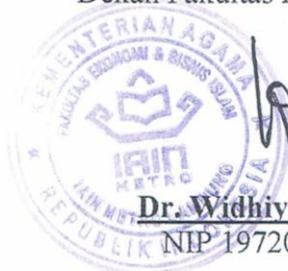
Penguji I : Drs. Dri Santoso, M.H.

Penguji II : Suci Hayati, S.Ag, MSI

Sekretaris : Dliyaul Haq, M.E.I



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

**ANALISIS PENDISTRIBUSIAN YANG EFEKTIF GUNA  
MENINGKATKAN PENJUALAN SUSU FRISIAN FLAG PADA CV.  
SUMBER MAKMUR METRO DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM**

**ABSTRAK**

**Oleh:**

**Muqtadir Adi Pratama  
14118814**

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan untuk menyalurkan barang dari produsen sampai ke konsumen. Adapun saluran pendistribusian yang baik yaitu apabila penyebaran produk serta jangkauan pemasaran semakin luas. Semakin baiknya strategi distribusi maka hal ini akan meningkatkan penjualan. Pada CV. Sumber Makmur Metro ada beberapa faktor yang dapat menjadi kendala dalam pendistribusian antara lain yang pertama faktor dari human (Manusia), dimana dalam pendistribusian perusahaan membutuhkan manusia atau pegawai yang cekatan. Yang kedua kendaraan. Maka dari itu perusahaan harus mempersiapkan kendaraan yang baik agar pendistribusian dapat berjalan dengan efektif. Namun strategi distribusi yang digunakan haruslah berlandaskan pada etika dan moralitas. Oleh karena itu, pelaku bisnis dan masyarakat hendaknya menjaga hubungan baik melalui penerapan nilai-nilai etika dalam berbisnis seperti keadilan, kehendak bebas dan rasa tanggung jawab yang tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pendistribusian Yang Efektif Guna Meningkatkan Penjualan Susu Frisian Flag Pada Cv. Sumber Makmur Metro Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam, Manfaat penelitian ini secara teoretis mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam. Manfaat secara praktis diharapkan dapat dijadikan bahan informasi tentang pendistribusian untuk meningkatkan penjualan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field research* yang bersifat deskriptif-kualitatif dengan menggunakan sumber data primer dan skunder, teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi serta teknik analisis yang digunakan yaitu analisis kualitatif dengan metode berpikir induktif.

Hasil penelitian ini yaitu Saluran distribusi yang digunakan oleh CV Sumber Makmur adalah saluran dua tingkat. Saluran dua-tingkat yaitu, dimana dua perantara berada diantara produsen dan konsumen (PT Frisian Flag Indonesia-CV Sumber Makmur-outlet dan pedagang-Konsumen). Strategi distribusi yang digunakan oleh CV Sumber Makmur adalah Distribusi intensif, yakni mendistribusikan produk melalui sebanyak mungkin saluran dan anggota saluran (pedagang dan outlet). CV Sumber Makmur sudah sesuai dengan prinsip dasar etika bisnis Islam yaitu kebebasan, tanggungjawab, dan keadilan. Dengan demikian pendistribusian yang dilakukan oleh CV Sumber Makmur sudah efektif terlihat dari peningkatan penjualan dan pendapatan setiap tahunnya. Selain karna pelayanan yang baik CV Sumber Makmur juga menggunakan strategi dan saluran pendistribusian yang tepat. memaksimalkan sarana prasarana yang ada dalam CV tersebut baik itu transportasi dan SDM yang ada.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUQTADIR ADI PRATAMA

NPM : 1411

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

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

Merto, 23 Mei 2019  
Yang Menyatakan



**Muqtadir Adi Pratama**  
NPM. 14118814

## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ  
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ

اللَّهُ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*  
(Q.S. An-Nisa: 29)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Ayah dan Ibuku tercinta ( Muki Subroto & Insan Sri Sulastri ) atas segala pengorbanan, dukungan baik secara moril dan materil serta doa yang tulus tiada henti disetiap sujudnya.
2. Adikku yang sangat aku sayangi ( Lutfi Putri Ismi Azizah ) yang selalu memberikan keceriaan, kasih sayang dan perhatian.
3. Terimakasih untuk penyemangatku Ema Rahmawati yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan perkuliahanku di IAIN Metro.
4. Terimakasih kepada sahabat-sahabatku tersayang atas bantuan serta dukungannya Dini, Hany, Caca, serly, Alita, Sely, Lyan, Junico, Yando .
5. Bapak Drs. Musnad Rozin, MH dan ibu Suci Hayati, S.Ag, MSI atas waktu dan ilmunya yang sangat berharga selaku pembimbing yang telah membimbing dan memberikan semangat dengan sepenuh hati.
6. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS PENDISTRIBUSIAN YANG EFEKTIF GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN SUSU FRISIAN FLAG PADA CV. SUMBER MAKMUR METRO DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM”.

Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 (satu) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof Dr.Hj.Enizar, M.Ag selaku rektor IAIN Metro.
2. Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Dharma Setiawan, M.A Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Bapak Drs. Musnad Rozin, MH dan ibu Suci Hayati, S.Ag, MSI, selaku pembimbing.
5. Orang tua dan sahabat-sahabat seperjuangan Ekonomi Syariah 2014

Peneliti menyadari skripsi ini tidak luput dari kekurangan, sehingga mengharapkan saran dan kritikan yang membangun untuk penulisan selanjutnya sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan.

Metro. 02 Juli 2019



**Muqtadir Adi Pratama**  
**NPM. 14118814**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK .....	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN.....	vii
HALAMAN MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Penelitian Relevan.....	7

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Distribusi	
1. Definisi Distribusi .....	11
2. Prinsip-prinsip Distribusi dalam Islam .....	12
3. Distribusi dalam Kapitalis.....	13
4. Struktur Distribusi.....	16
5. Distribusi Fisik.....	19
6. Strategi Distribusi .....	19
B. Efektivitas .....	21
C. Etika .....	22
1. Pengertian Etika .....	22
2. Fondasi Etika Islam.....	23
D. EtikaBisnis .....	24
1. Pentingnya Etika dalam Berbisnis .....	25
2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.....	27

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	31
B. Sumber Data.....	32
C. Teknik Pengumpulan Data.....	33
D. Teknik Analisis .....	34

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi CV. SUMBER MAKMUR METRO	
1. Sejarah singkatCV. SUMBER MAKMUR METRO.....	36
2. StrukturOrganisasiCV. SUMBER MAKMUR METRO.....	37

B. Penerapan Pendistribusian Yang Efektif pada Penjualan Susu Frisian Flag di CV. SUMBER MAKMUR METRO .....	41
C. Hasil pembahasan.....	53

**BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Kunci keberhasilan suatu perusahaan pada umumnya ditandai oleh keahliannya di bidang distribusi produknya. Keberhasilan suatu perusahaan tergantung pada besar kecilnya volume penjualan dari produk yang dihasilkannya. Semakin besar volume penjualan akan semakin besar kemungkinan perusahaan untuk dapat berjalan *continue*.

Dalam meningkatkan penjualan maka perusahaan harus meningkatkan kualitas produk dan memberi motivasi kepada konsumen agar dapat memiliki barang tersebut. Tidak hanya itu dalam meningkatkan penjualan maka perusahaan harus memiliki saluran pendistribusian yang baik agar penyaluran barang dapat lebih cepat, mudah dan jumlahnya banyak. Para penyalur dapat menjadi suatu alat untuk perusahaan dalam mendapatkan respon dari konsumen di pasar. Makin aktif penyalur dalam mengumpulkan pendapat dan komentar para konsumen mengenai suatu produk, maka makin besar manfaat yang dapat diambil oleh produsen produk yang bersangkutan. Dan makin terbuka pula kesempatan untuk perusahaan dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam menentukan distribusi yang akan digunakan oleh perusahaan untuk menyalurkan produknya ada beberapa faktor yang harus diperhatikan yaitu jenis produk, kemampuan perusahaan dan

sebagainya.<sup>1</sup> Hal ini bertujuan agar distribusi dapat berjalan efektif guna meningkatkan penjualan.

Meningkatnya volume penjualan dapat berdampak pada laba yang maksimal. Laba dapat mencerminkan keberhasilan sebuah manajemen dan dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dalam memperoleh laba yang maksimal tidaklah mudah bagi perusahaan karena ada beberapa faktor pemasaran. Salah satunya adalah faktor persaingan.

Adanya persaingan menyebabkan kegiatan pemasaran berperan dalam meningkatkan penjualan sebab penjualan merupakan tali penghubung antara produsen dan konsumen. Marketing mix merupakan gabungan dari 4 variabel dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan saluran distribusi.<sup>2</sup> Oleh sebab itu keberhasilan perusahaan tergantung pada keahlian dan kebijakan perusahaan dalam mengelola dan menentukan 4 variabel tersebut sebagai sistem pemasaran.

Pencapaian tujuan dari sebuah perusahaan pada bidang pemasaran adalah salah satu kegiatan yang sangat penting adalah saluran distribusi. Saluran distribusi merupakan transaksi langsung antara produsen dengan konsumen.<sup>3</sup> Sebuah saluran distribusi akan berhasil apabila perusahaan menerapkan strategi yang baik, tepat, efektif dan efisien. Strategi distribusi ini sangatlah penting karena semakin cepat saluran distribusi maka barang akan cepat sampai di tujuan (konsumen).

---

<sup>1</sup> Padji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009) h 222.

<sup>2</sup> Basu Swata, *Azaz Azaz Marketing*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2007), h 200.

<sup>3</sup> Jeff Madur, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001) h 127

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang dari produsen sampai ke konsumen. Adapun saluran pendistribusian yang baik yaitu apabila penyebaran produk serta jangkauan pemasaran semakin luas.<sup>4</sup> Semakin baiknya strategi distribusi maka hal ini akan meningkatkan penjualan.

Namun strategi distribusi yang digunakan haruslah berlandaskan pada etika dan moralitas. Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun yang tidak tertulis.<sup>5</sup> Etika pada suatu bisnis memang tidak bisa diabaikan begitu saja karena bisnis adalah suatu kegiatan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Keberadaan konsumen yang tak terbatas, dengan srata yang berbeda – beda juga menjadi penyebab perusahaan harus melakukan pendistribusian yang efektif. Upaya dalam meningkatkan distribusi yang efektif tersebut terkadang kurang baik. misalnya memberikan informasi yang tidak benar mengenai produk yang ditawarkan. Upaya – upaya perusahaan dalam mendistribusikan produknya terkadang sering diperburuk oleh hal– hal yang kurang baik misalnya anggapan bahwa “sedikit berbohong dalam berbisnis adalah wajar”. Hal seperti itulah yang dapat membuat sebagian orang menghilangkan etika islam dalam berusaha. Pandangan dan sikap bisnis yang seperti itu yang dapat merusak nilai-nilai bisnis yang sesungguhnya ada dalam lingkungan masyarakat. Masyarakat pada umumnya mengharapkan para pelaku bisnis

---

<sup>4</sup>Basu Swata, *Azaz Azaz*,..h 189.

<sup>5</sup>Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*,(Bandung:Alfabeta, 2013), h 3

mengutamakan kebutuhan masyarakat dengan baik tanpa mengabaikan etika bisnis islam dalam berbisnis. Oleh karena itu, pelaku bisnis dan masyarakat hendaknya menjaga hubungan baik melalui penerapan nilai-nilai etika dalam berbisnis seperti kejujuran, kesopanan, dan rasa tanggung jawab yang tinggi.

Ketika bisnis dilakukan oleh produsen dengan etika yang baik, yaitu dengan tidak mengandung unsur kedzaliman, kebatilan maka loyalitas konsumen terhadap produk akan tercipta dengan baik. seperti halnya dijelaskan pada QS An- Nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya; “hai orang-orang beriman janganklah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka dengan kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu: sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”.<sup>6</sup>

Dari penjelasan ayat di atas Allah SWT menegaskan bahwa dalam memperoleh harta dilarang dengan cara yang batil. Tetapi Allah SWT menganjurkan perniagaan dengan jalan suka sama suka di antara 2 pihak yang terlibat dalam perniagaan. Begitu pula dengan strategi distribusi yang dilakukan dengan etika bisnis yang baik dalam proses pemasarannya maka akan dapat meningkatkan penjualan dari produk yang dipasarkan.

Berdasarkan hasil prasurvey yang peneliti lakukan CV. Sumber Makmur Metro adalah salah satu CV yang mendistribusikan susu frisian flag. Salah satu tujuan dari CV. Sumber Makmur Metro adalah dapat mendistribusikan susu frisian flag kepada konsumen atau masyarakat agar

<sup>6</sup>Kementrian Agama RI, *Al-Quran Perkata An-Nisa*, ( Jakarta; PT Kalam Media Ilmu, 2012 ), h. 106

konsumen dan para pedagang grosir maupun eceran dapat dengan mudah memperoleh susu frisian flag. Ada beberapa faktor yang dapat menentukan optimalisasi dalam saluran distribusi antara lain. Yang pertama adalah kemudahan dalam pengangkutan, yang kedua adalah tingkatan standarisasi, dan yang ketiga adalah pesanan melalui internet. Namun menurut salah satu karyawan CV. Sumber Makmur Metro yaitu bapak Ahmad Zakaria pada Rabu, 20 Juni 2018 dalam wawancara beliau menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat menjadi kendala dalam pendistribusian antara lain yang pertama faktor dari human ( Manusia ), dimana dalam pendistribusian perusahaan membutuhkan manusia atau pegawai yang cekatan dalam mengerjakan tugas, namun yang terjadi dalam CV. Sumber Makmur Metro karyawan yang bertugas dalam melakukan pendistribusian masih banyak yang belum disiplin dengan baik. Yang kedua kendaraan, ketika pegawai sudah siap dan cekatan dalam mengerjakan tugas maka perlu adanya kendaraan untuk menunjang kegiatannya. Maka dari itu perusahaan harus mempersiapkan kendaraan yang baik agar pendistribusian dapat berjalan dengan efektif.<sup>7</sup>

Dari penjelasan diatas ada dua kendala yang terjadi di dalam pendistributian susu frisian flag yaitu sdm dan transportasi. Namun dengan adanya kendala tersebut tidak memberikan kesulitan yang berarti, maksudnya kendala yang terjadi dapat diminimalisir sehingga tujuan yang diharapkan dapat sesuai yaitu mendapatkan laba. Hal ini dibuktikan dari pencapaian th 2017/2018 yaitu pada tahun 2017 penjualan mencapai 182,362,326,514 dan

---

<sup>7</sup>wawancara dengan bapak Ahmad Zakaria selaku karyawan CV. Sumber Makmur Metro. Pada Rabu, 20 Juni 2018.

pada tahun 2018 penjualan sebesar 186,706,543,215. Hal ini membuktikan bahwa ada peningkatan penjualan pada tahun 2017 ke 2018 sebesar 4,344,216,701.

Berdasarkan uraian diatas, ada permasalahan yang menjadikan pertanyaan oleh peneliti, karena itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih detail tentang ‘ ANALISIS PENDISTRIBUSIAN YANG EFEKTIF GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN SUSU FRISIAN FLAG PADA CV. SUMBER MAKMUR METRO DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM’.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan apa yang telah peneliti kemukan di atas, maka ada pokok permasalahan yang akan dijadikan arahan pembahasan bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian ini. Adapun pokok masalah ini adalah “Bagaimana pendistribusian yang efektif guna meningkatkan penjualan susu frisian flag pada CV.Sumber Makmur Metro ditinjau dari etika bisnis Islam”?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui tentang pendistribusian yang efektif dalam meningkatkan penjualan susu frisian flag di CV. Sumber Makmur Metro sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a) Secara Teoritis**

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai tambahan pemikiran dan bertambah juga pengetahuan tentang ilmu Ekonomi Islam,

khususnya dalam masalah pendistribusian yang efektif guna meningkatkan penjualan susu frisian flag ditinjau dari etika bisnis Islam

b) Secara Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi kepada pembaca dan penelitian mengenai pendistribusian yang efektif guna meningkatkan penjualan susu frisian flag ditinjau dari etika bisnis Islam.

#### **D. Penelitian Relevan**

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan di kaji. Peneliti 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 berada.

Selanjutnya untuk menghindari kesamaan penelitian yang peneliti teliti, maka kita harus melihat penelitian- penelitian terdahulu, peneliti menemukan ada beberapa penelitian yang memiliki karekteristik yang hampir sama di antaranya yaitu:

1. Pengaruh saluran distribusi terhadap volume Penjualan pada pt. Coca-cola amatil kantor Penjualan kebumen. Yang diteliti oleh Khusni Nurafiah dari jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Puwokerto tahun

2016. Penelitian ini berisi tentang saluran distribusi sales Partner paling berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Sedangkan kendala yang dihadapi adalah keterlambatan pembayaran dari penyalur, stok barang yang kosong dan kerusakan armada pengiriman.<sup>8</sup>

2. Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista. Yang diteliti oleh Eriza Yolanda Maldina dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Tahun 2006. Penelitian ini berisi tentang Strategi yang dilakukan oleh Butik Calista dalam meningkatkan penjualan. Adapun Strategi tersebut antara lain;1. promosi, promosi yang dilakukan oleh butik calista adalah dengan cara membuat spanduk, memberikan discount, 2. Pelayanan prima, pelayanan prima yang diberikan adalah pramuniaga harus menguasai 7S, Senyum, salam, sapa, sopan, santun, siap dan siaga.<sup>9</sup>
3. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan dalam Etika Bisnis Islam ( Studi pada Rahmat Batik Lampung, Bandar Lampung ). Yang diteliti oleh Nuri Arisa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Bandar Lampung 2006. Penelitian ini berisi tentang bauran pemasaran yang digunakan oleh Rahmat Batik Lampung adalah 4p yaitu produk, price, Promotion, dan place. Adapun bauran pemasaran yang diterapkan oleh Rahmat Batik Lampung ditinjau dari etika bisnis islam adalah Etika dalam produk, etika

---

<sup>8</sup>Khusni Nurafiah, *Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Coca-Cola Amatil Kantor Penjualan Kebumen*, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Tahun: 2006 ).

<sup>9</sup>Eriza Yolanda Maldina, *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*, (jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Puwokerto tahun : 2016 ).

dalam harga, Etika dalam tempat atau saluran distribusi, dan yang terakhir etika dalam promosi.<sup>10</sup>

Berdasarkan penelitian relevan diatas terdapat persamaan judul skripsi peneliti dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas mengenai pendistribusian untuk meningkatkan penjualan. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian yaitu penelitian yang pertama adalah kendala yang dihadapi dimana pada penelitian yang pertama kendala terdapat pada keterlambatan pembayaran dari penyalur sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan kendala yang dihadapi adalah terdapat pada manusia atau karyawan dan kendaraan atau transportasi. Dan kedua dan ketiga berfokus pada strategi yang digunakan namun pada penelitian yang peneliti lakukan berfokus pada kendala yang dihadapi.

---

<sup>10</sup>Nuri Arisa, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan dalam Etika Bisnis Islam ( Studi pada Rahmat Batik Lampung, Bandar Lampung )*, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Bandar Lampung : 2006).

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Distribusi**

##### **1. Definisi Distribusi**

Distribusi merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan pada saat produk selesai diproses, distribusi ini menyangkut cara penyampaian produk ke tangan konsumen.

Distribusi adalah segala kegiatan yang ditunjukkan untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Distribusi memegang peranan yang sangat penting dalam bidang penjualan. Kepuasan dari konsumen akan timbul ketika konsumen dapat dengan mudah memperoleh barang kebutuhan mereka di daerah tempat tinggal mereka. Ini semua sangat tergantung pada kegiatan distribusi yang baik. proses ini dapat di gambarkan sebagai berikut:

Produsen → distribusi → konsumen.<sup>1</sup>

Jadi dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa distribusi adalah suatu kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Dengan tujuan agar konsumen dapat dengan mudah memperoleh barang yang konsumen butuhkan. Distribusi juga berperan sangat penting dalam meningkatkan penjualan dalam suatu

---

<sup>1</sup>Abu Ahmad, *Ilmu sosial Dasar*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2009) h.

perusahaan. Karena berhasilnya suatu pendistribusian maka tercapailah tujuan dari perusahaan.

## 2. Distribusi dalam Islam

Ilmu ekonomi islam adalah ilmu pengetahuan sosila yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Dr. Muhammad Bin Abdullah al-Arabi mendefinisikan ekonomi islam sebagai kumpulan prinsip-prinsip umum tentang ekonomi yang kita ambil dari Al-qur'an,As-sunnah, dan pondasi ekonomi yang kita bangun atas dasar pokok-pokok itu dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan waktu. Jadi sangat jelas bahwa ekonomi Islam terkait dan memiliki hubungan yang erat dengan agama yang membedakannya dari sistem ekonomi kapitalis.<sup>2</sup>

Berkaitan dengan teori distribusi, dalam ekonomi kapitalis dilakukan dengan cara memberikan kebebasan memiliki dan kebebasan berusaha bagi semua individu masyarakat, sehingga setiap saat individu masyarakat bebas memperoleh kekayaan sejumlah yang ia mampu dan sesuai dengan faktor produksi yang dimilikinya dengan tidak memperhatikan apakah pendistribusian tersebut merata dirasakan oleh semua individu masyarakat atau hanya sebagian. Sistem ekonomi kapitalis ini dalam pandangan ekonomi islam adalah dzalim.<sup>3</sup>

Sistem ekonomi yang berbasis Islam menghendaki bahwa dalam hal pendistribusian harus berdasarkan dua sendi, yaitu sendi

---

<sup>2</sup>Marabona Munthe, *Konsep Distribusi Dalam Islam*,(Pekanbaru: STEI Iqra Annisa),vol. 2,No 1, April 2004, h 72.

<sup>3</sup> Ibid., h 75-76.

*Kebebasan dan keadilan kepemilikan* . kebebasan yang dimaksud adalah kebebasan dalam bertindak yang di bingkai oleh nilai-nilai agama dan keadilan. Sistem ekonomi islam sangat melindungi kepentingan setiap warganya yang kaya maupun miskin dengan memberikan tanggung jawab moral terhadap si kaya untuk memperhatikan si miskin. Islam mengakui sistem hak milik pribadi secara terbatas, setiap usaha apa saja yang dilakukan yang mengarah pada penumpukan kekayaan yang tidak layak dalam tangan segelintir orang dikutuk. Al-qur'an menyatakan agar si kaya mengeluarkan sebagian dari rezekinya untuk kesejahteraan masyarakat.<sup>4</sup>

Islam memang tidak mengharuskan persamaan dalam kepemilikan kekayaan, namun Islam tidak membiarkan buruknya distribusi kekayaan. Islam memandang individu sebagai manusia yang harus dipenuhi kebutuhan-kebutuhan primernya secara menyeluruh. Sebagai buktinya, banyak sekali ayat-ayat Al-qur'an dan Al-hadist yang memerintahkan manusia menginfakan harta dan memberikan makan orang-orang fakir, miskin, kekurangan, seperti dalam QS. Al-hajj:28, QS.Al-Baqorah:177,184,215, QS.Al-Maidah:8.

### **3. Distribusi dalam Kapitalis**

Sistem distribusi ekonomi di Indonesia masih mengandung beberapa kelemahan. Hal ini disebabkan dominasi sistem ekonomi pasar (kapitalis) yang cenderung memiliki kelemahan, diantaranya

---

<sup>4</sup>Ibid., 77

ketidakmerataan dan ketimpangan sosial, timbul ketidakselarasan, maksimasi profit, materialistis, krisis moral dan mengesampingkan kesejahteraan. Kecenderungan ekonomi pasar sebagaimana dikemukakan di atas menyebabkan keadilan sebagai tujuan ekonomi Islami tidak mungkin dapat dicapai.<sup>5</sup>

Berkaitan dengan masalah distribusi, sistem ekonomi pasar (kapitalis) menggunakan asas bahwa penyelesaian kemiskinan dalam suatu negara dengan cara meningkatkan produksi dalam negeri dan memberikan kebebasan bagi penduduk untuk mengambil hasil produksi (kekayaan) sebanyak yang mereka produksi untuk negara. Dengan terpecahkannya kemiskinan dalam negeri, maka terpecah pula masalah kemiskinan individu sebab perhatian mereka pada produksi yang dapat memecah masalah kemiskinan mereka. Maka solusi yang terbaik untuk menyelesaikan permasalahan masyarakat adalah meningkatkan produksi. Dengan demikian, ekonomi hanya difokuskan pada penyediaan alat untuk memuaskan kebutuhan masyarakat secara makro dengan cara menaikkan tingkat produksi dan meningkatkan pendapatan nasional (national income), sebab dengan banyaknya pendapatan nasional, maka seketika itu terjadilah pendistribusian pendapatan dengan cara memberikan kebebasan memiliki dan kebebasan berusaha bagi semua individu masyarakat, sehingga setiap individu dibiarkan bebas memperoleh kekayaan sejumlah yang dia

---

<sup>5</sup> Moh Holis, *Jurnal Perbankan Syariah Sistem Distribusi Dalam Prespektif Ekonomi Islam*, (Surabaya:UIN Sunan Ampel), vol 1, No.2 November 2016, h 3

mampu sesuai dengan faktor-faktor produksi yang dimilikinya. Asas distribusi yang diterapkan oleh sistem ekonomi pasar (kapitalis) ini pada akhirnya berdampak pada realita bahwa yang menjadi penguasa sebenarnya adalah para kapitalis (pemilik modal dan konglomerat). Oleh karena itu, hal yang wajar, jika kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah selalu berpihak kepada para pemilik modal atau konglomerat dan selalu mengorbankan kepentingan rakyat, sehingga terjadilah ketimpangan (ketidakadilan) pendistribusian pendapatan dan kekayaan.<sup>6</sup>

Dalam sistem ekonomi kapitalis bahwa kemiskinan dapat diselesaikan dengan cara menaikkan tingkat produksi dan meningkatkan pendapatan nasional (national income) adalah teori yang tidak dapat dibenarkan dan bahkan kemiskinan menjadi salah satu produk dari sistem ekonomi kapitalistik yang melahirkan pola distribusi kekayaan secara tidak adil. Fakta empirik menunjukkan bahwa bukan karena tidak ada makanan yang membuat rakyat menderita kelaparan melainkan buruknya distribusi makanan. Ketidakadilan tersebut juga tergambar dalam pemanfaatan kemajuan teknik yang dicapai oleh ilmu pengetahuan hanya bisa dinikmati oleh masyarakat yang relatif kaya, yang pendapatannya melebihi batas pendapatan untuk hidup sehari-hari, sedangkan mereka yang hidup sekedar cukup untuk makan sehari-hari terpaksa harus tetap menderita

---

<sup>6</sup> *ibid.*, h 2-3

kemiskinan abadi.<sup>7</sup>

#### **4. Struktur Distribusi**

##### **a. Saluran Distribusi**

Setelah produk selesai dibuat oleh produsen maka barang tersebut siap untuk dipasarkan kepada masyarakat tahap ini biasa juga disebut dengan proses pemasaran. Proses pemasaran adalah cara yang akan digunakan untuk menyalurkan barang kepasar. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen atau perusahaan untuk menyalurkan produk atau barang kepada konsumen<sup>8</sup>. Dalam memilih saluran distribusi harus dilakukan secara tepat agar produk yang disalurkan dapat dilakukan dengan baik dan efisien. Keputusan perusahaan tentang distribusi menentukan bagaimana cara produk yang dibuatnya dapat dijangkau oleh pelanggannya, perusahaan harus mengembangkan strategi untuk memastikan bahwa produk yang didistribusikan kepada para pelanggan berada pada tempat yang tepat. Ada beberapa jenis saluran distribusi sebagai berikut:<sup>9</sup>

##### **1) Saluran Langsung**

Ketika produsen melakukan transaksi transaksi langsung dengan pelanggan, perantara pemasaran diikutsertakan, situasi ini disebut sebagai saluran langsung.

Saluran langsung juga dapat diartikan sebagai penyaluran yang

---

<sup>7</sup>Ibid., h 3

<sup>8</sup>Basu Swasta, *Azas Azas ...* h 189.

<sup>9</sup>Jeff Madur, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001) hlm 127

dilakukan secara langsung tanpa adanya perantara atau pihak ketiga. Sebagai contoh, ketika produk perusahaan diiklankan di katalog dan konsumen memesan langsung produk tersebut kepada perusahaan yang mengiklankan tanpa melalui perantara.

Dalam saluran langsung ini produsen memiliki beberapa keuntungan dan kerugian. Adapun keuntungan dan kerugian dari saluran langsung yaitu:

Keuntungan saluran langsung adalah sebagai berikut; *pertama*, perbedaan yang jelas antara biaya produksi dan harga dibayar oleh pelanggan kepada produsen. *Kedua*, produsen dapat dengan mudah memperoleh masukan atas produk secara langsung.

Dalam saluran langsung juga memiliki beberapa kerugian diantaranya, *pertama*, produsen yang menggunakan saluran langsung memerlukan karyawan lebih banyak. *Kedua*, produsen mungkin harus menjualnya produknya secara kredit.

## 2) Saluran Satu-Tingkat

Saluran satu-tingkat adalah satu perantara pemasaran diantara produsen dan konsumen. jadi dapat disimpulkan bahwa saluran satu tingkat adalah penyaluran melibat pihak lain yaitu pengecer atau pedagang grosing dalam pendistribusiannya kepada pelanggan. Sebagai contoh, pedagang grosir yang

membeli produk secara borongan dan menjual secara eceran kepada konsumen.

### 3) Saluran Dua-Tingkat

Saluran dua-tingkat yaitu, dimana dua perantara berada diantara produsen dan konsumen. Sebagai contoh, ketika produsen menjual barang kepada pedagang grosir untuk menjual kepada konsumen, pedagang grosir tidak langsung menjual kepada konsumen, melainkan pedagang grosir menjualnya ke pengecer terlebih dahulu, kemudian dari pengecer baru dijual ke konsumen.

Dalam saluran distribusi juga ada faktor-faktor yang menentukan optimalisasi saluran distribusi agar lebih efektif sebagai berikut:<sup>10</sup>

#### a) Kemudahan dalam Angkutan

Bila produk dapat diangkut, lebih baik menggunakan perantara, Apabila tidak dapat diangkut, produsen lebih baik menjualnya secara langsung kepada konsumen.

#### b) Tingkatan Standarisasi

Produk yang standar lebih baik menggunakan perantara, saat spesifikasinya menjadi unik untuk setiap

---

<sup>10</sup>Ibid.... hlm 131.

konsumen, produsen sebaiknya berhubungan langsung dengan konsumen.

c) Pesanan Melalui Internet

Perusahaan yang menerima pesanan melalui internet mempunyai kecenderungan untuk menggunakan saluran langsung karena situs mereka merupakan pengganti untuk toko pengecer.

## 5. Distribusi Fisik

Distribusi fisik adalah untuk menggambarkan luasnya kegiatan pemindahan suatu barang ke tempat tertentu pada saat tertentu.<sup>11</sup>Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa distribusi fisik adalah suatu cara penanganan arus barang secara fisik (pengangkutan barang) dan pengembangan barang yang efisien.

## 6. Strategi Distribusi

Dalam mendistribukan produk dari produsen kepada konsumen maka perusahaan harus memiliki strategi pendistribusian yang baik agar pendistribusian barang ke konsumen jauh lebih efektif dan efisien. Terkait dengan cakupan pasar yang ingin dicapai dan jenis produk yang dihasilkan, seorang produsen dapat menerapkan strategi distribusi sebagai berikut:<sup>12</sup>

- a. Distribusi intensif, yakni mendistribusikan produk melalui sebanyak mungkin saluran dan anggota saluran (grosir atau

---

<sup>20</sup> Basu Swasta, *Azas Azas...* hlm 220

<sup>21</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), h.222.

pengecer). Contohnya, PepsiCo menggunakan distribusi intensif untuk mendistribusikan makan dan minuman ringan. Perusahaan mendistribusikan produknya ke setiap toko konsumen, swalayan pasar dan sebagainya.

- b. Distribusi eksklusif, yakni hak eksklusif yang diberikan produsen dalam menjual atau mendistribusikan produk tertentu ke sejumlah grosir atau pengecer yang terbatas dalam wilayah geografis tertentu. Contohnya beberapa peralatan komputer yang hanya dijual pada toko yang menjual komputer yang memerlukan beberapa keahlian.
- c. Distribusi selektif, yakni distribusi melalui grosir dan pengecer terpilih yang memberikan perhatian khusus atas produk tertentu dalam penjualannya, manfaat pajangan, dan lainnya.

Dalam proses pendistribusian barang maka melibatkan pedagang grosir, pengecer, agen dan pialang.

## **B. Efektivitas**

Kurniawan menjelaskan jika efektivitas merupakan kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) dari pada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya.<sup>13</sup> Pengertian tersebut mengartikan bahwa efektivitas merupakan tahap dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan

---

<sup>13</sup><http://e-journal.uajy.ac.id/4241/3/2MH01723.pdf>. Diakses pada 4 Januari 2019.

hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Berbeda dengan pendapat Susanto, yang memberikan definisi tentang Efektivitas merupakan daya pesan untuk mempengaruhi atau tingkat kemampuan pesan-pesan untuk mempengaruhi.<sup>14</sup> Effendy menjelaskan efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan.<sup>15</sup> Jadi dapat diartikan bahwa indikator efektivitas dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan sebuah pengukuran dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

## C. Etika

### 1. Pengertian Etika

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuknya (*ta etha*) berarti ”adat istiadat” atau ”kebiasaan”. Perpanjangan dari adat membangun suatu aturan kuat di masyarakat, yaitu bagaimana setiap tindak dan tanduk mengikuti aturan-aturana, dan aturan aturan tersebut ternyata telah membentuk moral masyarakat dalam menghargai adat istiadat yang berlaku.<sup>16</sup>

Ilmu etika tidak bisa dikesampingkan dari ilmu filsafat, ini terlihat dari usaha-usaha dalam menafsirkan etika sering dilihat dari

---

<sup>14</sup>Ibid.,

<sup>15</sup><http://e-journal.uajy.ac.id/4241/3/2MH01723.pdf>. Diakses pada 4 januari 2019.

<sup>16</sup>Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori*,... h 2.

sudut pandang filsafat. Karena filsafat sering di anggap sebagai induknya ilmu etika. Ini sebagaimana dikatan oleh K. Bertens bahwa, “Etika adalah cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia.”<sup>17</sup>

Titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan.<sup>18</sup>

Dari beberapa definisi diatas dapat dipahami bahwa etika adalah perilaku seseorang dalam menentukan sikap baik maupun buruk dalam aktifitas kehidupan sehari-hari

## **2. Fondasi Etika Islam**

Pembentukan ilmu ekonomi yang berwawasan uniter dan total berdasarkan prinsip-prinsip etikanya yang paripurna, kajian sistem ekonomi secara makro dari sistem ekonomi Islami akan dipermudah oleh fakta bahwa Islam sendiri telah melengkapi kita dengan lembaga-lembaga ekonomi sosial.

Dengan bantuan metode analisis deduktif untuk menggali proposisi-proposisi ekonomi dan relevan, kita akan mampu memperagakan bahwa etika ekonomi Islam secara normatif maupun positif berbeda dari etika ekonomi kapitalis dan sosialis serta faham lainnya. Munculnya etika ekonomi islam sebagai kebenaran perlu diupayakan untuk menuntun membangun ekonomi dalam rangka

---

<sup>17</sup>ibid,.. h. 2

<sup>18</sup>Nawad Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2009),h 35.

regenerasi kebudayaan dari *homo-economicus* menjadi *homo-Islamicus*.<sup>19</sup>

Tindakan yang tidak berakhlak akan membawa keuntungan materi namun hanya bersifat sesaat dan merugikan manusia pada umumnya. Dalam mencari harta benda setiap manusia Islam wajib melaksanakan apa yang di perintahkan Allah dan menjauhi larangannya, memberikan hak kepada yang berhak, baik yang berhubungan dengan Allah, diri sendiri, orang lain, makhluk lain dan lingkungannya dengan sebaik-baiknya.

#### **D. Etika Bisnis**

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi akan diterima. Dimana sanksi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.<sup>20</sup>

Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik maupun buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup>Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2015),h 173

<sup>20</sup>Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, h. 3.

<sup>21</sup>Faisal Badroen,*Etika Bisnis Dalam Islam*,(Jakarta:Kencana,2006), h. 70.

Adapun ruang lingkup dalam bidang etika bisnis yaitu:

1. Tindakan dan keputusan perusahaan dilihat dari segi etika bisnis.
2. Kondisi-kondisi suatu perusahaan yang dianggap melanggar ketentuan etika bisnis, dan sangsi-sangsi yang akan diterima akibat perbuatan tersebut.
3. Ukuran yang dipergunakan oleh suatu perusahaan dalam bidang etika bisnis.
4. Peraturan dan ketentuan dalam bidang etika bisnis yang ditetapkan oleh lembaga terkait.<sup>22</sup>

Etika bisnis dalam Al-Qur'an adalah tidak hanya dilihat dari aspek etika secara parsial karena bisnis pun dalam pandangan Al-Qur'an telah menyatu dengan nilai-nilai etika itu sendiri. Al-Qur'an secara jelas menggambarkan perilaku bisnis yang tidak etis, yang dapat ditelusuri dari muara kebatilan dalam bisnis.

Jadi dari pengertian diatas dapat dipahami etika bisnis merupakan suatu aturan-aturan yang mengatur tingkah laku manusia dalam bertindak yang di perbolehkan maupun yang tidak diperbolehkan dalam suatu perusahaan atau sebuah organisasi.

### **1. Pentingnya Etika dalam Berbisnis**

Pandangan tentang bisnis sebagai media usaha yang bersifat material untuk mencapai sebuah tujuan memaksimalkan laba dan tidak ada bisnis kecuali keuntungan semata. Dalam konteks perusahaan

---

<sup>22</sup>ibid,.. h 9.

bisnis dapat dipahami sebagai suatu proses keseluruhan dari produksi yang mempunyai kedalaman logika, bahwa bisnis dirumuskan sebagai memaksimalkan keuntungan dan meminimalisir biaya perusahaan. Oleh sebab itu bisnis seringkali menetapkan pilihan strategis daripadapendirian berdasarkan nilai, dimana pilihan strategis tersebut didasarkan atas logika subsistem yaitu keuntungan dan kelangsungan hidup bisnis itu sendiri. Akibat dari kesadaran demikian maka upaya-upaya merai keuntungan dilakukan dengan cara apapun. Walaupun cara-cara yang digunakan dapat merugikan pihak lain, namun apabila menguntungkan bagi perusahaannya maka dianggap sebagai pilihan bisnis.

Dengan kenyataan itu, maka pengembangan etika bisnis harus menghadapi situasi dan kondisi kedalaman logika rasionalistas bisnis yang bersifat material dan karenanya telah menimbulkan ketegaan dan kerugian pada masyarakat. Dengan demikian pada konteks *pertama*, tugas utama etika bisnis dipusatkan pada upaya mevari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategi suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntutan moralistas.<sup>23</sup>

*Kedua*, etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandang baru, yaitu bahwa bisnis tidak terpisah dari etika. Bisnis merupakan aktivitas manusia secara keseluruhan dalam upaya

---

<sup>23</sup>Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta:Unit Penerbit dan Percetakan, 2004),60.

mempertahankan hidup, mencari rasa aman, memenuhi kebutuhan sosial dan harga diri serta mengupayakan pemenuhan aktualisasi diri.<sup>24</sup>

Untuk menjalankan kedua tugas etika bisnis demikian diperlukan suatu sikap keberanian dan konsistensi. Sikap keberanian sesungguhnya telah dipunyai oleh sifat dasar manusia yaitu kebebasan berkendak dan pertanggungjawab.

## 2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

### a. Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan membentuk dimensi vertikal dan memiliki jangkauan konsekuensi yang jauh terhadap perilaku ekonomi. Karakter manusia ekonomi akan berubah sepenuhnya. Sekalipun manusia itu secara naluri memiliki sifat menyayangi diri sendiri, namun sebagai khalifah Allah di muka bumi dan dalam rangka menyadari karakter ketuhanan yang ada dalam dirinya, manusia dibekali dengan *'aql* (intelektual), kemauan bebas dan petunjuk untuk menegakkan *al-'adl* (keadilan). Tidak seharusnya manusia hanya memikirkan dirinya sendiri saja, melainkan sesuai dengan aksioma tanggungjawab, ia harus menyadari tujuan-tujuan sosial pula.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> *ibid.*, h 61.

<sup>25</sup> Mohamed Aslam Haneef, *Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer: Analisis Komparatif Terpilih*, diterjemahkan oleh Suherman Rosyidi, dari judul asli *Contemporary Muslim Economic Thought: a Comparative Analysis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 67-68.

### 1. Kesejajaran/keadilan (*al- 'Adl wa al-Ihsan*)

Berkaitan dengan konsep kesatuan, dua konsep Islam *al- 'Adl wa al-Ihsan* menunjukkan suatu keadaan keseimbangan/kesejajaran sosial. Pada tatanan ekonomi, prinsip tersebut menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi serta produksi yang terbaik. Prinsip Islam mengenai keadilan berlaku di segala aspek, termasuk dibidang ekonomi, yaitu produksi, distribusi, konsumsi dan pertukaran. Keadilan dapat didefinisikan sebagai keseimbangan atau kesetaraan antar individu atau komunitas.<sup>26</sup>

Untuk mencapai kesejajaran, hak orang miskin dan tertindas harus dikembalikan melalui pemerataan distribusi kekayaan dan penghasilan. Keadilan tidak berarti kesamaan secara mutlak bahwa semua individu harus sama rata. kesetaraan yang mutlak hanya akan menciptakan ketidakadilan. Keadilan harus mampu menempatkan segala sesuatu sesuai dengan proporsinya. Keadilan termasuk memberikan kesempatan yang sama untuk dapat berkembang sesuai dengan potensi yang dimiliki.<sup>27</sup>

### 2. Kehendak Bebas (*Ikhtiyar*)

Prinsip Islam tentang kebebasan ekonomi berarti bahwa seseorang telah diberi kebebasan oleh Allah untuk mencari harta, memilikinya, menikamatinya, serta membelanjakan sesuai kehendaknya, namun Islam tidak memberi kebebasan tak terbatas untuk lapangan ekonomi.

---

<sup>26</sup>Muhammad Sharif Chaudry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, terj. Fundamental of Islamic Economic System oleh Suherman Rosyidi, h. 41-46.

<sup>27</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (CV. Pustaka Setia, 2015), h. 24.

Dibidang produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi hanya yang halal saja yang diperbolehkan. Dengan memperhatikan halal dan haram, seseorang mendapat kebebasan penuh untuk membelanjakan hartanya. Namun dalam konsep Islam, kebebasan yang dimaksudkan adalah kebebasan untuk memilih pilihan yang benar dan berada pada jalur yang benar sesuai aturan Allah, bukan kebebasan yang mutlak terhadap apa yang dia tentukan sendiri.<sup>28</sup>

### 3. Tanggung jawab (*fard*)

Aksioma tanggung jawab yang merupakan perluasan dari aksioma kemauan bebas diterjemahkan oleh Naqvi ke dalam suatu pola perilaku khusus para agen ekonomi dalam suatu masyarakat Islam. Aksioma ini membatasi kebebasan individu, yang sekiranya diperlukan untuk menegakan *al-'adl* (keadilan). Ia melibatkan lebih dari hanya kesalingtergantungan fungsi-fungsi guna (kesejahteraan) individual. Melainkan suatu komitmen tertentu dan pengorbanan yang tulus untuk memperbaiki kehidupan mereka yang kurang beruntung.

Aksioma ini memiliki tiga implikasi bagi perilaku ekonomi:

- a. Salam menghitung *profit margin* biaya upah haruslah cocok dengan tingkat upah minimum yang diterima secara sosial dan itu berarti menentukan batas atas *profit margin*
- b. *Economic return* bagi kreditor modal tidak dapat ditetapkan di muka, yang berarti bahwa suatu aturan perilaku ekonomi eksplisit

---

<sup>28</sup>*Ibid*, h.42-45.

hendaklah diberlakukan untuk mengatur besar serta seringnya ketidakpastian di dalam suatu perekonomian Islam

- c. Islam melarang segala transaksi tak jelas yang disebut *gharar*, *ikhtikar*, dalam transaksi seperti itu, pembeli tidak selalu berada pada posisi yang memungkinkan untuk dapat memprediksi konsekuensi keuangan secara penuh dari suatu transaksi. Dan hal itu dapat meluas menjadi bentuk-bentuk transaksi spekulatif pada umumnya.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Mohamed Aslam Haneef, *Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer: Analisis Komparatif Terpilih*.70-71.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field research*. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan secara langsung dilokasi penelitian guna memperoleh data yang berhubungan dengan masalah penelitian. Penelitian lapangan bertujuan untuk mempelajari secara intensif mengenai latar belakang suatu keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan.<sup>40</sup>

Dengan demikian penelitian lapangan yaitu mengadakan penelitian dengan cara mengamati secara langsung masalah yang berada dilapangan guna untuk memperoleh data secara langsung dari tempat penelitian. Dalam hal ini yang diteliti adalah analisis pendistribusian yang efektif guna meningkatkan penjualan susu frisian flag pada CV. Sumber Makmur Metro ditinjau dari etika bisnis Islam.

##### **2. Sifat Penelitian**

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif adalah data yang berupa gambar, kata – kata dan bukan angka. Hal ini disebabkan oleh penerapan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah penelitian yang

---

<sup>40</sup>Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), h.41

bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian.<sup>41</sup>

Jadi dapat dipahami bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menggambarkan suatu gejala fenomena sosial yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata yang tertulis.

## **B. Sumber Data**

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan maka sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari tempat penelitian. Yang termasuk sumber data primer adalah Bapak Abdul Halim selaku Supervisor CV. Sumber Makmur Metro, Ahmad Zakaria selaku Sales Adminitrasi (SA), Indra Gunadi selaku salesman dari CV Sumber Makmur Metro, dan Konsumen susu Frisian Flag.

### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah segala sesuatu bentuk dokumen tertulis baik buku, majalah arsip, dokumen pribadi maupun dokumen resmi.<sup>42</sup> Sumber data sekunder yang peneliti gunakan adalah berupa buku-buku, dan jurnal.

---

<sup>41</sup>Lexy J.Moleong,*Metodologi Penelitian Kualitatif*,(Bandung:PT. Remaja Rosdakarya,2014),h.11.

<sup>42</sup>Muhammad,*Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*,( Jakarta:Rajawali Pers,2008),h.103

### C. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara mengumpulkan data–data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.<sup>43</sup>

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah ;

#### 1. Metode wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan responden yang berlangsung satu arah.

<sup>44</sup>dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara bebas terpimpin. Wawancara terpimpin (*guided interview*), yaitu wawancara yang dilakukan oleh pewawancara dengan membawa sederetan pertanyaan lengkap dan terperinci. Oleh sebab itu dalam penelitian ini peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan kepada Bapak Abdul Halim selaku Supervisor CV. Sumber Makmur Metro, Ahmad Zakaria selaku Sales Adminitrasi (SA), dan Indra Gunadi selaku Van salesmen (VS) berkaitan dengan penjualan susu frisian flag, dan beberapa pelanggan dari CV. Sumber Makmur Metro.

#### 2. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi adalah adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, surat kabar, majalah dan sebagainya. Maksud di sini adalah berupa buku-buku,

---

<sup>43</sup>Juliansyah Noor, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertai Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2010), h.138

<sup>44</sup>Abdurahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h105.

majalah koran, undang-undang, peraturan-peraturan pemerintah yang berkaitan dengan pemasaran barang. Metode ini di gunakan peneliti untuk memperoleh keterangan yang berkaitan dengan pemasaran susu frise flag dalam perspektif etika bisnis Islam.

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

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipahami. Teknik analisis data yang di pakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif, karena data yang di peroleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan yang penting dan apa yang di pelajari dan memutuskan apa yang dapat di ceritakan orang lain.<sup>45</sup>

Dalam mengarahkan data penelitian, peneliti menggunakan cara berfikir induktif, yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan kongkrit, peristiwa kongkrit kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus kongkrit tersebut di tarik secara generalisasi yang memiliki sifat umum.

Peneliti menggunakan cara berfikir induktif untuk membahas secara khusus tentang analisis pendistribusian yang efek untuk meningkatkan penjualan susu frisian flag yang di lakukan di CV. Sumber Makmur Metro

---

<sup>45</sup>Lexy J. Moeloeg, *Metode Penelitian*, h. 248.

dalam perspektif etika bisnis Islam. Kemudian menarik kesimpulan dari penelitian tersebut.

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

### **D. Deskripsi CV. Sumber Makmur Metro**

#### **1. Sejarah Singkat CV. Sumber Makmur**

CV. Sumber Makmur adalah badan usaha milik perseorangan yang bergerak di bidang pendistribusian barang jadi yang dipasarkan ke pasar-pasar tradisional dan modern. CV. Sumber Makmur berdiri pada tahun 1998, dan Bapak Handy Tjandrianto adalah pendiri dan pemiliknya.<sup>46</sup>

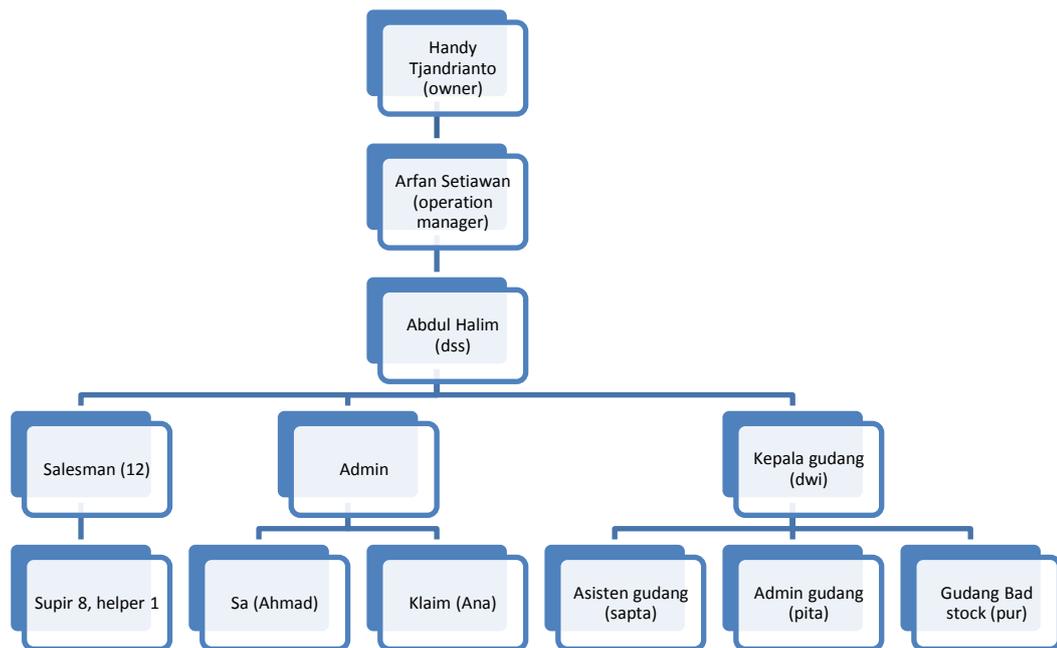
CV. Sumber Makmur pada awal berdirinya merupakan sebuah Perusahaan Dagang (PD), dan baru pada tanggal 27 maret 2003 PD. Sumber Makmur berubah menjadi CV. Sumber Makmur dengan nomor SIUP 208/D.5.03/DU-PK/VII/2003 dan NPWP 01.783.857.4.321.000.

CV. Sumber Makmur beralamatkan di Jalan Nuban No.22A Ganjar Asri Metro Barat, Telpon (0725) 48593, dengan batas – batas lokasi sebagai berikut:

- a) Sebelah Utara : Perusahaan Perorangan (Mie Bihun)
- b) Sebelah Selatan : Lokasi gudang CV. Sumber Makmur
- c) Sebelah Timur : Jalan Nuban
- d) Sebelah Barat : SD Negeri 09 Metro Barat

---

<sup>46</sup> Dokumentasi CV Sumber Makmur Metro

**STRUKTUR ORGANISASI CV SUMBER MAKMUR (METRO)**

## 2. Uraian Tugas Pokok dan Fungsi Struktur Organisasi

Untuk kelancaran semua kegiatan yang ada maka terdapat tugas dan fungsi dari masing – masing bagian yang ada pada CV. Sumber Makmur Metro.

### 1. Manager

Tugas dan fungsi pokok seorang manajer antara lain :

- a) Memimpin Perusahaan.
- b) Memberikan pengawasan dan arahan kepada seluruh karyawan dan staf

### 2. Operasional Manajer (OS)

Tugas dan fungsi pokok seorang Operasional Manajer antara lain :

- a) Menyusun rencana dan pembinaan administrasi urusan ketatausahaan, kepegawaian dan perlengkapan rumah tangga.
- b) Mengevaluasi hasil kerja pelaksanaan dan melaporkan pelaksanaan kegiatan kepada Manajer sebagai pertanggung jawaban pelaksanaan tugas.
- c) Membawahi semua operasional yang ada.

### 3. Supervisor (SS)

Tugas dan fungsi pokok seorang Supervisor antara lain :

- a) Mengecek *Availability* Non Pasar.
- b) Membuat *Wet Market*.
- c) Pemeriksaan Expired Produk yang ada di outlet.
- d) Monitoring pencapaian Salesman Secondary dan Primary

#### **4. Staf Administrasi**

Tugas dan fungsi pokok seorang Staf Administrasi antara lain :

- a) Entry Call Card (Kartu Langgan).
- b) Entry penjualan Van Salesman perhari.
- c) Cek laporan perhari Van Salesman.
- d) Cek barang masuk dan barang keluar.
- e) Buat laporan Daftar Kontrol Canvas (DKC).
- f) Buat laporan Bad Stok (Barang Rusak).
- g) Menyusun setoran dan tagihan Van Salesman.
- h) Rekap pengeluaran perhari Van Salesman.
- i) Entry pelunasan tagihan Van Salesman.
- j) Entry tagihan baru yang akan dikunjungi pada hari berikutnya.
- k) Rekap secara manual omset penjualan perbulan setiap Van Salesman.
- l) Rekapitulasi biaya operasional selama satu tahun.

#### **5. Gudang**

Tugas dan fungsi pokok dari bagian gudang antara lain :

- a) Mencatat keluar masuknya barang.
- b) Opname Van Salesman perminggu.
- c) Opname gudang perbulan.
- d) Cek Bad Stok (BS) dari Van Salesman.
- e) Melakukan pemusnahan Bad Stok (BS) perbulan.

## **6. Salesman**

Tugas dan fungsi pokok seorang Van Salesman antara lain :

- a) Kunjungan ke outlet – outlet sesuai dengan rute yang telah ditentukan.
- b) Mengkomunikasikan keunggulan produk perusahaan dengan cara pendekatan dan presentasi.
- c) Menjual dan memasarkan produk perusahaan.
- d) Melakukan riset pasar.
- e) Menganalisis dan Memutuskan pelanggan potensial dan non potensial.
- f) Mencari informasi tentang pesaing dilapangan untuk disampaikan kepada manajemen agar dapat diolah menjadi strategi atau taktik untuk masa mendatang.
- g) Mencari prospek untuk mendapatkan pelanggan baru.
- h) Memenuhi target penjualan.
- i) Membuat nota dan setoran perhari dan diserahkan ke bagian keuangan.

## **7. Fasilitas CV. Sumber Makmur Metro**

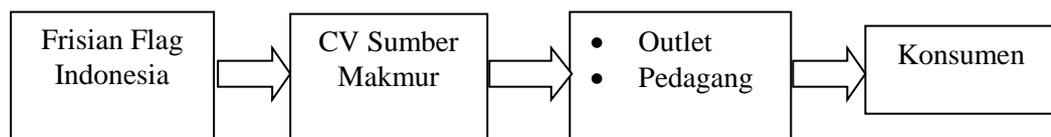
Untuk kelancaran dalam terselenggarakanya kegiatan kerja di CV. Sumber Makmur Metro, maka terdapat sarana dan prasarana antara lain:

- a) Gedung kantor.
- b) Gudang

- c) Halaman parker
- d) Kendaraan operasional roda dua dan roda empat
- e) Mesin hitung dan alat tulis
- f) Mesin tik
- g) Komputer
- h) Telepon dan Fax
- i) Alat cetak (printer)
- j) AC dan kipas angin
- k) Dispenser

#### **E. Penerapan Pendistribusian Yang Efektif pada Penjualan Susu Frisian Flag di CV. Sumber Makmur Metro**

Untuk mengetahui pelaksanaan distribusi susu Frisian flag pada CV Sumber Makmur dari mulai Produsen Frisian Flag Indonesia hingga ke konsumen akhir dapat dilihat pada gambar berikut



Dari gambar di atas secara ringkas dapat dijelaskan bahwa PT Frisian Flag Indonesia merupakan produsen yang menyetok produk susu kepada CV Sumber Makmur atau dengan kata lain merupakan distributor dari susu Frisian flag Indonesia, yang kemudian mendistribusikan susu tersebut ke outlet, dan pedagang yang ada di pasar-pasar. Kemudian susu tersebut dijual kepada konsumen baik itu dengan harga grosir maupun eceran. Dengan demikian

saluran distribusi yang digunakan oleh CV Sumber Makmur adalah saluran dua tingkat. Saluran dua-tingkat yaitu, dimana dua perantara berada diantara produsen dan konsumen. Terlihat dari gambar diatas bahwa PT Frisian Flag Indonesia tidak langsung menjual produknya ke pada konsumen melainkan ada perantara lagi yaitu CV Sumber Makmur sebagai distributor resmi dan selanjutnya outlet serta pedagang. Strategi distribusi yang digunakan oleh CV Sumber Makmur adalah Distribusi intensif, yakni mendistribusikan produk melalui sebanyak mungkin saluran dan anggota saluran (grosir atau pengecer).

Dari hasil wawancara dengan Bapak Indra Gunadiada beberapa kegiatan dalam pendistribusian hingga produknya sampai ke konsumen akhir:<sup>48</sup>

#### 1. Pengangkutan

Hal yang paling penting dalam fasilitas distribusi adalah pengangkutan atau transportasi. Pengangkutan merupakan suatu aktivitas yang dapat memengaruhi kelancaran pendistribusian produk dari tangan produsen hingga konsumen akhir. Tanpa adanya kegiatan pengangkutan ini maka upaya untuk menyalurkan produk tersebut tidak dapat dilakukan dan produk yang dimiliki tidak memiliki nilai.

Pengangkutan yang dilakukan CV sumber makmur dimulai dari diterimanya produk susu Frisian flag dari Frisian Flag Indonesia yang telah disimpan digudang kemudian diangkut dan distribusikan kepada pelanggan dengan menggunakan clot diesel 7 buah, bentor 3 buah, dan

---

<sup>48</sup>Wawancara Indra Gunadi sebagai salesmen pada 15 Mei 2019

motor 2 buah. Dengan 12 buah kendaraan tersebut yang akan menunjang pendistribusian CV Sumber Makmur yang cakupannya relative luas yaitu Metro, Lampung Tengah, Lampung Timur, dan Unit Tulang Bawang.

## 2. Pelayanan distribusi

Selain kegiatan transportasi, kelancaran suatu usaha dalam mendistribusikan produknya juga ditentukan dari servis yang diberikan. Baik dari segi pelayanan pada saat penjualan produk atau perilaku penyalur terhadap pelanggan. Oleh sebab itu CV Sumber Makmur berusaha memberikan pelayanan terbaik melalui SDM yang mumpuni dalam mendistribusikan produk susu kepada pelanggan, selain itu salesman yang bertugas mendistribusikan produk pun harus menerima masukan, keluhan dari pelanggan untuk pengambilan keputusan selanjutnya. Selalu menjaga relationship dengan pelanggan agar tercipta kepercayaan pelanggan. Salesman juga mencari informasi tentang pesaing dilapangan yang selanjutnya disampaikan kepada manajemen agar dapat diolah menjadi sebuah strategi menghadapi berbagai pesaing dengan cara yang sehat.

## 3. Jadwal pendistribusian produk

CV Sumber Makmur dalam mendistribusikan susu Frisian flag mempunyai jadwal pengiriman yang rutin tujuannya adalah agar pendistribusian produk sesuai dengan jadwal yang ditetapkan CV Sumber Makmur. Dengan adanya jadwal pendistribusian

meminimalisir keterlambatan penerimaan produk baik dari pusat maupun ke tangan pelanggan. Dengan adanya jadwal pengiriman memungkinkan keteraturan pendistribusian sehingga tidak ada stok yang berlebihan di gudang.

Kegiatan pendistribusian CV Sumber Makmur mengalami beberapa kendala, berikut ini kendala-kendala dan cara menanganinya:<sup>49</sup>

a. Sumber Daya Manusia

SDM merupakan hal yang sangat urgent di dalam keberlangsungan sebuah organisasi, perusahaan, dan segala kegiatan. Suatu kegiatan dapat berhasil apabila memiliki SDM yang baik. Seperti halnya pada SDM di CV Sumber Makmur tingkat kedisiplinan masih kurang hal ini ditunjukkan dari kurang cekatan dalam melakukan suatu kegiatan atau dengan kata lain tidak *on time*. padahal dalam suatu sistem distribusi waktu sangat berpengaruh terhadap penyaluran produk agar sampai pada tujuan dengan tepat waktu. Apabila terjadi keterlambatan maka pedagang atau outlet tidak sedikit *complain* mengapa produk tiba terlalu lama padahal beberapa konsumen sudah datang untuk membeli produk tersebut akhirnya harus kehilangan pembeli.

Adanya SDM yang kurang disiplin sangat memengaruhi eksistensi CV Sumber Makmur, oleh sebab itu ditangani dengan adanya jadwal yang dibuat oleh CV Sumber Makmur yang mengharuskan karyawan tiba tepat waktu atau datang lebih awal apabila ada pengiriman barang

---

<sup>49</sup>Wawancara Indra Gunadi sebagai salesmen 15 Mei 2019

dari pusat, supaya waktu pergudangan dapat selesai tepat waktu dan dapat segera didistribusikan ke berbagai wilayah Lampung. Adanya target dengan reward bonus juga memberikan dampak positif bagi karyawan karena karyawan lebih semangat rajin dan disiplin. Setiap salesman memiliki target omset yang harus dicapai 1,5 M, namun apabila target tersebut tidak tercapai tidak ada punishment yang didapatkan hanya salesman tidak mendapatkan bonus.

b. Transportasi

Distribusi tidak lepas dari yang namanya transportasi. Dengan adanya transportasi memungkinkan suatu barang berpindah dari produsen sampai kepada konsumen. CV Sumber Makmur sendiri memiliki 12 buah armada. Yang masing-masing terdiri dari 7 buah clot diesel, 3 bentor, dan 2 sepeda motor. 3 bentor dan 2 sepeda motordigunakan untuk mendistribusikan produk di sekitar CV Sumber Makmur yaitu Metro dan sekitarnya. Sedangkan 7 Clot Diesel untuk wilayah Lampung Tengah, Lampung Timur, Unit Tulang Bawang. Wilayah yang sangat luas tersebut kurang apabila hanya menggunakan 7 kendaraan saja. Kurangnya transportasi tersebut merupakan kendala CV Sumber Makmur. Namun CV Sumber Makmur tidak berhenti disitu saja melainkan membuat strategi agar produk susu Frisian flag dapat didistribusikan tepat waktu, sesuai dengan tujuan dengan memetakan wilayah dengan pembagian kendaraan misal 3 clot diesel ke Unit Tulang Bawang, 2 ke Lampung

Timur, dan 2 ke Lampung Tengah, sisanya wilayah Metro dan sekitarnya. Tidak pasti formasinya seperti itu tergantung situasi dan kondisi serta banyaknya pesanan.

Promosi juga merupakan hal yang penting dalam mendistribusikan sebuah produk, tidak hanya promosi melainkan strategi pemasaran yang baik sangat menunjang suatu produk sampai kepada konsumen. CV Sumber makmur melakukan strategi pemasaran yaitu 4P:<sup>50</sup>

a. Produk

CV Sumber makmur mendistribusikan produk susu Frisian flag yang kita ketahui bahwa merk susu tersebut merupakan salah satu brand yang menguasai pasar dan memiliki pangsa pasar yang luas. Seiring dengan perkembangan zaman produk susu Frisian flag terus berinovasi dengan mengeluarkan berbagai jenis, yaitu SCM (kalengan dan sachet), Liquid, dan Powder serta memiliki berbagai varian rasa, seperti dalam gambar dibawah. juga dapat dikonsumsi dari berbagai usia, mulai dari balita hingga orang dewasa. Hal ini menjadikan produk susu Frisian flag sangat diminati oleh masyarakat.

CV Sumber Makmur selalu menjaga kualitas produk barang yang dijualnya, mulai dari penerimaan barang sampai pendistribusian ke pasar-pasar. CV ini memiliki gudang untuk menyimpan barang yang akan didistribusikan dengan selalu mensortir apakah produk susu ada yang rusak kemasannya atau kadaluarsa, juga tetap memerhatikan stok

---

<sup>50</sup>Wawancara Ahmad Zakaria sebagai sales administration pada 15 Mei 2019

barang yang ada digudang dengan estimasi berapa banyak produk yang dibutuhkan untuk didistribusikan ke pasar- pasar agar tidak terjadi stok yang berlebihan sehingga menimbulkan produk terlalu lama digudang atau meminimalisir produk kadaluarsa.jika ada produk yang kadaluarsa langsung ditarik dari toko dan langsung dimusnahkan agar tidak terjadi hal yang diinginkan dan di claim ke pihak Frisian Flag Indonesia



(a) Susu Kental manis kaleng dan sachet



(b) Liquid



(c) susu bubuk keluarga



(d) susu bubuk ibu dan balita

## b. Harga

Penetapan harga adalah proses menentukan berapa yang akan diterima oleh CV Sumber makmur dalam menjual produknya.

Penentuan atau keputusan ketetapan harga juga dipengaruhi oleh kebutuhan untuk dapat tetap bertahan, berkembang, dan bersaing di pasaran. CV ini menetapkan harga sesuai dengan ketetapan dari produsen Frisian Flag Indonesia, karena sebagai distributor CV Sumber Makmur menjual produk susu dalam jumlah besar sehingga harga sudah ditetapkan dari produsen Frisian flag Indonesia namun ketika ada pelanggan yang memesan produk susu Frisian flag dalam jumlah sangat banyak maka ada potongan harga. Produk susu Frisian flag ini akan didistribusikan ke pasar-pasar, outlet, yang akan menjual lagi ke pada konsumen dengan grosir dan eceran yang disesuaikan dengan type outlet.

c. Tempat

Tempat sangat memengaruhi suatu produk bisa sampai dengan mudah dan cepat ke tangan konsumen. CV Makmur yang beralamatkan di di Jalan Nuban No.22A Ganjar Asri Metro Barat, Lampung. Termasuk kawasan yang strategis karena lokasi CV tidak jauh dari pusat perbelanjaan di Kota Metro yaitu Pasar Shopping, Pasar Cendrawasih, Mega Mall, Chandra dan outlet sekitar kawasan Metro. Jarak yang dekat pastinya sangat menekan biaya transportasi dan keterlambatan pendistribusian barang.

d. Promosi

Promosi adalah salah satu bagian dari strategi pemasaran yang besar peranannya. Dalam promosi, CV Sumber Makmur telah

memberikan upaya yang maksimal yaitu dengan selalu meningkatkan SDM. Untuk produk Frisian flag sendiri kita ketahui iklan di tv dan media sosial lainnya sudah sangat familiar. Kemudian tinggal salesman action yang mempromosikan langsung sesuai dengan catalog.

Diketahui bahwa ada beberapa jenis susu Frisian flag, yaitu SCM (kental manis kalengan dan sachet), liquid (siap minum baik itu kemasan besar atau kecil), dan powder/bubuk (susu bubuk keluarga dan ibu/balita). Dari beberapa jenis susu tersebut, produk susu yang paling diminati adalah susu kental manis kaleng, karena menurut outlet dan pedagang yang ada di pasar susu kental manis dengan kemasan kaleng lebih tahan lama, lebih cocok untuk campuran dasar atau topping makanan dan minuman Seperti minuman dan jus dan aneka kue sehingga konsumen banyak yang membelinya.

Berbagai macam jenis susu Frisian flag seperti yang dijelaskan di atas, pastinya ada treatment untuk menjaga produk agar tetap baik mulai dari pusat yaitu produsen Frisian Flag Indonesia ke CV Sumber makmur sampai ke outlet, pedagang hingga ke konsumen. Dari pabrik Frisian Flag Indonesia biasanya dikemas menggunakan karton untuk melindungi produk agar tidak rusak selama proses transportasi. Sesampainya di CV Sumber Makmur langsung diletakan di gudang penyimpanan dengan sangat hati-hati agar barang tidak jatuh sehingga meminimalisir kerusakan kemasan produk, setelah itu disortir tanggal kadaluarsa, jika ada yang kadaluarsa langsung dimusnahkan. Setelah itu salesman siap untuk mendistribusikan susu Frisian flag ke pasar-pasar, outlet, sesuai dengan pesanan.

Menurut Abdul Halim<sup>51</sup> ada beberapa pelanggan yang meretur produk susu Frisian flag karena kadaluarsa dan kemasannya ada yang rusak, missal kaleng penyok, kardus penyok. Jika dilihat pertahunnya ada kurang lebih 20 barang yang dikembalikan. Pihak CV Sumber Makmur pun langsung mengganti barang yang baru. Jika barang tersebut kadaluarsa langsung dimusnahkan. Walaupun demikian omset penjualan susu Frisian flag tetap meningkat setiap tahunnya dapat dilihat dari table 1 dibawah, hal ini karena kepercayaan konsumen yang sudah bertahun-tahun mengkonsumsi susu Frisian flag. Susu Frisian flag juga sudah bisa dikatakan melegenda bahkan saya pikir sejak peneliti kecil susu Frisian flag menjadi susu terfavorit. Meningkatnya omset juga tidak terlepas dari salesman. Adanya target yang harus dicapai oleh setiap salesman dalam penjualan susu ini juga berpengaruh terhadap ekspansi perusahaan. Memperluas cakupan wilayah dan meningkatkan penjualan tentu berdampak pada meningkatnya omset CV Sumber Makmur. Apabila target dalam penjualan tercapai maka salesman mendapatkan bonus selain itu setiap awal bulan ada insentiv. Berikut ini pencapaian omset CV Sumber Makmur dari tahun 2017 hingga 2018.

---

<sup>51</sup>Wawancara Abdul Halim sebagai Supervisor pada 15 Mei 2019

NO	BULAN	UPDATE	
		PENCAPAIAN 2017	PENCAPAIAN 2018
1	JANUARI	16,610,036,108	8,656,244,464
2	FEBRUARI	14,698,079,672	15,605,397,692
3	MARET	13,774,157,061	17,793,264,694
4	APRIL	17,253,424,319	18,930,178,163
5	MEI	18,612,904,706	20,988,959,519
6	JUNI	13,989,295,014	15,791,333,591
7	JULI	10,500,083,257	16,284,428,522
8	AGUSTUS	15,263,862,240	15,704,368,234
9	SEPTEMBER	15,846,650,547	16,872,045,020
10	OKTOBER	15,353,769,639	4,184,352,251
11	NOVEMBER	14,287,746,785	18,074,496,898
12	DESEMBER	16,172,317,166	17,821,474,167
TOTAL		<b>182,362,326,514</b>	<b>186,706,543,215</b>

Tabel. 1.

Menurut ibu Aris Wahyuni<sup>52</sup> selaku pedagang yang dipasok produk susu Frisian flag memilih membeli produk tersebut pada CV Sumber Makmur Karena memang sudah menjadi pelanggan tetap sejak tahun 2010, sudah percaya karena pelayanannya sangat memuaskan produk susunya selalu baru sehingga kadaluarsanya lama. Awet untuk dijual jangka panjang. Jenis produk yang ibu Aris Wahyuni sering pesan atau beli adalah susu kental manis kalengan dan sachet karena permintaan konsumen bu Aris Wahyuni adalah pedagang kecil yang akan menjual kembali dengan harga eceran adapun konsumen akhir juga lebih suka membeli susu kental manis Frisian flag yang kalengan.

Menurut Ibu Eka Handayani<sup>53</sup> selaku pemilik outlet yang dipasok susu Frisian flag oleh CV Sumber Makmur sangat puas dengan pelayanan yang diberikan itu merupakan salah satu alasan kenapa Ibu Eka Handayani

<sup>52</sup>Wawancara Ibu Suyati pedagang di pasar pungur Metro 15 Mei 2019

<sup>53</sup>Wawancara Ibu Eka Handayani pemilik outlet kali bening pekalongan 15 Mei 2019

memilih memesan susu Frisian flag ke CV Sumber Makmur. Produk susu yang sering dibeli dan dipesan oleh Ibu Eka Handayani adalah susu kental manis dan susu liquid yang kemasan kecil, karena sekitar outlet pak yanto banyak anak kecil yang menyukai susu Frisian flag liquid yang siap minum dengan berbagai varian rasa. Adapun outlet Bu Peni Supriyatiningih<sup>54</sup> produk yang sering dipesan dari CV Sumber Makmur adalah hampir semua jenis produk susu dipesan namun stok yang paling banyak adalah susu kental manis kaleng, susu liquid kemasan kecil, sertan susu bubuk keluarga dan anak-anak. Susu bubuk di outlet Bu Peni Supriyatiningih lebih banyak dibeli oleh konsumen karena menurut konsumen jenis susu bubuk lebih simple, lebih disukai oleh anak-anak di rumah. Bu Peni Supriyatiningih sudah menjadi pelanggan setia CV Sumber Makmur karena tidak pernah mengecewakan ketika memesan barang di CV Tersebut.

#### **F. Hasil Pembahasan**

Distribusi adalah suatu kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Dengan tujuan agar konsumen dapat dengan mudah memperoleh barang yang konsumen butuhkan. Distribusi juga berperan sangat penting dalam meningkatkan penjualan dalam suatu perusahaan. Karena berhasilnya suatu pendistribusian maka tercapailah tujuan dari perusahaan.

Keputusan perusahaan tentang distribusi menentukan bagaimana cara produk yang dibuatnya dapat dijangkau oleh pelanggannya, perusahaan harus menentukan saluran distribusi yang tepat serta mengembangkan strategi

---

<sup>54</sup>Wawancara Ibu Peni Supriyatiningih pemilik outlet Sritejo Kencono 15 Mei 2019

distribusi untuk memastikan bahwa produk yang didistribusikan kepada para pelanggan sesuai dengan perencanaan.

Terkait dengan pendistribusian susu Frisian flag yang dilakukan oleh CV Sumber Makmur Metro. Saluran distribusi yang digunakan oleh CV Sumber Makmur adalah saluran dua tingkat. Saluran dua-tingkat yaitu, dimana dua perantara berada diantara produsen dan konsumen, bahwa PT Frisian Flag Indonesia tidak langsung menjual produknya ke pada konsumen melainkan ada perantara lagi yaitu CV Sumber Makmur sebagai distributor resmi dan selanjutnya outlet serta pedagang. Dalam memilih saluran distribusi harus dilakukan secara tepat agar produk yang disalurkan dapat dilakukan dengan baik dan efisien. Dengan menggunakan saluran dua tingkat CV Sumber Makmur dapat mengumpulkan informasi tentang pelanggan potensial dan pelanggan saat ini serta dapat mengembangkan komunikasi dengan pelanggan untuk mendorong pembelian. Dengan menggunakan saluran distribusi dua tingkat dirasa cukup efektif, karena akan berdampak pada harga barang, Dengan harga yang terjangkau, maka konsumen akan lebih tertarik untuk membeli. Sehingga berpengaruh pada kenaikan omset penjualan.

Strategi distribusi yang digunakan oleh CV Sumber Makmur adalah Distribusi intensif, yakni mendistribusikan produk melalui sebanyak mungkin saluran dan anggota saluran (perantara seperti pedagang dan outlet). Penggunaan perantara memiliki keunggulan efisiensi dalam membuat barang tersedia secara luas dan mudah diperoleh dipasaran. Dengan banyaknya perantara dapat melancarkan arus barang, menjembatani antara

permintaan produk susu Frisian flag oleh konsumen dengan produk Frisian flag yang diproduksi oleh produsen. Sehingga produsen dapat mengetahui permintaan konsumen yang akan berdampak pada kenaikan omset. Contohnya konsumen ternyata lebih banyak menyukai produk susu Frisian flag kental manis, maka dengan adanya perantara dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen sehingga produsen dapat memproduksi susu jenis tersebut lebih banyak, dengan begitu dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang akan berdampak pada meningkatnya penjualan sehingga pendapatan meningkat.

Berdasarkan penjelasan di atas strategi yang digunakan oleh CV Sumber Makmur sudah efektif hal ini dibuktikan dari omset yang tiap tahunnya meningkat selain itu dengan menggunakan saluran distribusi dua tingkat dan menggunakan strategi distribusi intensif, tujuan CV Sumber Makmur lebih mudah tercapai yaitu meningkatkan kepuasan konsumen sehingga meningkatkan penjualan susu Frisian flag.

Sistem ekonomi Islam menghendaki bahwa dalam hal pendistribusian harus didasarkan pada etika bisnis yang sesuai dengan syariah dengan berdasarkan dua sendi, yaitu kebebasan dan keadilan. Kebebasan di sini adalah kebebasan yang dibingkai oleh nilai-nilai tauhid dan keadilan, tidak seperti pemahaman kaum kapitalis, yang menyatakannya sebagai tindakan membebaskan manusia untuk berbuat dan bertindak tanpa campur tangan pihak mana pun, tetapi sebagai keseimbangan antara individu dengan unsur materi dan spiritual

yang dimilikinya, keseimbangan antara individu dan masyarakat serta antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.

Strategi distribusi yang digunakan oleh CV Sumber Makmur adalah Distribusi intensif, yakni mendistribusikan produk melalui sebanyak mungkin saluran dan anggota saluran (pedagang dan outlet). Dengan menggunakan strategi distribusi intensif itu artinya CV Sumber Makmur bebas mendistribusikan ke sebanyak mungkin saluran baik itu outlet maupun pedagang. Namun, tetap bertanggungjawab atas apa yang didistribusikan, selalu memberikan produk yang berkualitas kepada pelanggan merupakan sebuah keharusan, menjaga kualitas barang yaitu dengan cara menjaga proses pendistribusian dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen.

Selain menjaga kualitas barang, tanggung jawab yang dilakukan oleh CV Sumber Makmur adalah mendistribusikan produk susu Frisian flag sesuai dengan pesanan dan tepat waktu, membuat strategi agar produk susu Frisian flag dapat didistribusikan tepat waktu dengan 12 kendaraan yang dimiliki CV Sumber makmur mengaktifkan jumlah kendaraan tersebut supaya maksimal, 12 kendaraan tersebut masing-masing terdiri dari 7 buah clot diesel, 3 bentor, dan 2 sepeda motor. 3 bentor dan 2 sepeda motor digunakan untuk mendistribusikan produk di sekitar CV Sumber Makmur yaitu Metro dan sekitarnya. Sedangkan 7 Clot Diesel untuk wilayah Lampung Tengah, Lampung Timur, Unit Tulang Bawang. Sesuai dengan penjadwalan, agar pendistribusian lebih efektif yaitu dengan cara memetakan wilayah dengan pembagian kendaraan misal 3 clot diesel ke Unit Tulang Bawang, 2 ke

Lampung Timur, dan 2 ke Lampung Tengah, sisanya wilayah Metro dan sekitarnya. Tidak pasti formasinya seperti itu tergantung situasi dan kondisi serta banyaknya pesanan. Tanggung jawab untuk mendistribusikan barang tepat waktu itu artinya tidak ada penumpukan stok barang yang ada digudang yang akan menyebabkan kelangkaan barang sehingga permintaan naik dan harga ikut naik. Seperti larangan dalam hadits yang artinya sebagai berikut:

Dari Ma'mar RA, dia berkata, "Rasulullah SAW bersabda, *'Barang siapa menimbun bahan makanan, berarti ia telah berbuat dosa.'*" (H.R. Muslim).

Tanggung jawab selanjutnya adalah penetapan harga, CV Sumber Makmur menetapkan harga sesuai dengan ketetapan dari produsen Frisian Flag Indonesia, karena sebagai distributor resmi CV Sumber Makmur menjual produk susu dalam jumlah besar sehingga harga sudah ditetapkan dari produsen Frisian flag Indonesia namun ketika ada pelanggan yang memesan produk susu Frisian flag dalam jumlah sangat banyak maka ada potongan harga. Penetapan harga dari pusat bertujuan untuk memudahkan pedagang dan outlet untuk menjual kembali susu dengan harga eceran dan grosir. Penetapan harga ini juga sesuai dengan proses permintaan dan penawaran. Seperti dalam hadits

*"Dari Abu Hurairah bahwasanya seorang lelaki datang, lalu berkata: "Wahai Rasulullah, tetapkanlah harga!" Rasulullah SAW bersabda, "Aku hanya berdoa (agar harga menjadi baik)" Kemudian datang kepada Rasulullah SAW seorang lelaki (lain) lalu berkata, "Wahai Rasulullah, tetapkanlah harga!" Rasulullah bersabda, "Allah-lah yang menurunkan (harga) dan yang menaikkan, dan sesungguhnya aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan aku tidak menzhalimi seseorang."*

Berdasarkan penjelasan di atas CV Sumber Makmur sudah sesuai dengan prinsip dasar etika bisnis Islam yaitu kebebasan, yang dimaksud kebebasan disini yaitu kebebasan yang dibingkai dengan tauhid, artinya manusia bebas tidak sebebas-bebasnya tetapi terikat dengan batasan-batasan yang diberikan Allah. Kebebasan manusia untuk menentukan sikap baik dan jahat bersumber dari posisi manusia sebagai wakil (*khalifah*) Allah di bumi dan posisinya sebagai makhluk yang dianugerahi kehendak bebas. Namun demikian agar dapat terarah dan bermanfaat prinsip kebebasan ini dibarengi dengan prinsip tanggungjawab sebagai komitmen mutlak terhadap upaya peningkatan kesejahteraan sesama manusia.

Jika ditinjau dari segi keadilan pada pendistribusi CV Sumber Makmur Metro dapat dilihat dari beberapa aspek. Yaitu pertama, perlakuan terhadap karyawan sudah sesuai. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana CV Sumber Makmur memperlakukan SDM dengan baik. SDM merupakan sesuatu yang vital dalam sebuah keberlangsungan suatu perusahaan. Pemberian bonus terhadap karyawan yang mencapai target, gaji tepat waktu, dan insentif setiap awal bulan merupakan salah satu bentuk keadilan yang dilakukan terhadap karyawannya. Tidak ada pemotongan gaji apabila pegawai tidak mencapai suatu target tertentu melainkan terus dibimbing dan dimotivasi sehingga tidak ada yang terdzolimi. Adanya target yang harus dicapai oleh setiap salesman dalam penjualan susu ini juga berpengaruh terhadap ekspansi perusahaan. Memperluas cakupan wilayah dan meningkatkan penjualan tentu berdampak pada meningkatnya omset CV Sumber Makmur.

Berdasarkan penjelasan di atas CV Sumber Makmur sudah sesuai dengan prinsip keadilan.pentingnya keadilan sosial yang tidak hanya mencakup keadilan dalam membagi kekayaan individu melainkan juga kekayaan negara, memberikan kepada pekerja upah yang sesuai dengan jerih payahnya. Seperti dalam hadits

*“Berikan kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering.”*(HR. Ibnu Majah, shahih).

Maksud hadits ini adalah bersegera menunaikan hak si pekerja setelah selesainya pekerjaan, begitu juga bisa dimaksud jika telah ada kesepakatan pemberian gaji setiap bulan.

Dilihat dari segi pelayanan terhadap pelanggan CV Sumber Makmur sangat memerhatikan kepuasan pelanggan.Masing-masing salesman juga diharuskan untuk membangun hubungna yang baik, ramah serta menerima segala masukan dari pelanggan. Produk-produk yang sudah dibeli oleh pelanggan apa bila kemasannya sedikit rusak, penyok, dan kadaluarasa pelanggan dapat komplain dengan meretur produk yang sudah dibeli. Pelanggan berhak mendapatkan ganti sesuai dengan keinginan pelanggan.Seperti yang sudah dijelaskan pada penelitian di atas bahwa pelanggan CV Sumber Makmur baik itu pedagang maupun outlet sangat puas terhadap pelayanan dari CV Sumber Mamkur.

Meningkatnya penjualan CV Sumber makmur disebabkan oleh pelayanan pendistribusian yang baik terhadap pelanggan dengan memberikan produk berkualitas, menerima kritik dan saran, bertanggungjawab atas kerusakan barang serta mendistribusikan tepat pada waktunya. Mendistribusikan produk

susu Frisian flag tepat pada waktunya atau sesuai jadwal yang telah ditentukan merupakan salah satu strategi CV Sumber Makmur memaksimalkan sarana prasarana yang ada dalam CV tersebut baik itu transportasi dan SDM yang ada. Kendala-kendala dalam pendistribusian dapat diminimalisir sedemikian rupa sehingga penjualan selalu meningkat setiap tahunnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dari permasalahan yang sudah dijelaskan pada latar belakang, dan dari hasil penelitian ini, maka dapat dirumuskan simpulan sebagai berikut:

Saluran distribusi yang digunakan oleh CV Sumber Makmur adalah saluran dua tingkat. Saluran dua-tingkat yaitu, dimana dua perantara berada diantara produsen dan konsumen (PT Frisian Flag Indonesia-CV Sumber Makmur-outlet dan pedagang-Konsumen).Strategi distribusi yang digunakan oleh CV Sumber Makmur adalah Distribusi intensif, yakni mendistribusikan produk melalui sebanyak mungkin saluran dan anggota saluran (pedagang dan outlet).

CV Sumber Makmur sudah sesuai dengan prinsip dasar etika bisnis Islam yaitu kebebasan.Dengan menggunakan strategi distribusi intensif, artinya CV Sumber Makmur bebas mendistribusikan ke sebanyak mungkin saluran baik itu outlet maupun pedagang. Namun, tetap bertanggungjawab atas apa yang didistribusikan, selalu memberikan produk yang berkualitas, mendistribusikan produk susu Frisian flag sesuai dengan pesanan dan tepat waktu sehingga tidak ada penimbunan stok barang (*ikhtikar*), serta menetapkan harga sesuai dengan proses permintaan dan penawaran.

Jika ditinjau dari prinsip keadilan pada pendistribusi CV Sumber Makmur Metro sudah sesuai.Hal ini terlihat dari perlakuan terhadap karyawan dengan pemberian bonus ketika mencapai target, gaji tepat waktu,

dan insentif setiap awal bulan. Tanpa pemotongan gaji apabila tidak memenuhi target penjualan.

Dengan demikian pendistribusian yang dilakukan oleh CV Sumber Makmur sudah efektif terlihat dari peningkatan penjualan dan pendapatan setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan CV Sumber Makmur menggunakan saluran distribusi yang tepat yaitu saluran dua tingkat dan menggunakan strategi distribusi insentif. Selain itu pelayanan pendistribusian yang baik terhadap pelanggan dengan memberikan produk berkualitas, menerima kritik dan saran, bertanggungjawab atas kerusakan barang serta mendistribusikan tepat pada waktunya serta CV Sumber Makmur memaksimalkan sarana prasarana yang ada dalam CV tersebut baik itu transportasi dan SDM yang ada.

## **B. Saran**

1. Pihak CV Sumber Makmur dalam mendistribusikan barangnya harus senantiasa menjaga kepercayaan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik dan meningkatkan kualitas barang.
2. Perlu adanya penambahan armada untuk CV Sumber Makmur, karena transportasi merupakan faktor penting penunjang pendistribusian yang efektif.
3. Perlu adanya peningkatan loyalitas terhadap pelanggan, misalnya dapat menggunakan member card yang mana dapat potongan harga dan bonus apabila membeli dalam jumlah besar, supaya pelanggan pun tetap setia kepada CV Sumber Makmur.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahma, Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Abu, Ahmad, *Ilmu sosial Dasar*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009
- Arisa, Nuri, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan dalam Etika Bisnis Islam ( Studi pada Rahmat Batik Lampung, Bandar Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Bandar Lampung : 2006.*
- Faisal, Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006
- Haider, Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Hasan, Ali, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015
- <http://e-journal.uajy.ac.id/4241/3/2MH01723.pdf>. Diakses pada 4 Januari 2019
- Irham, Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Jeff, Madur, *Pengantar Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat, 2001.
- Juliansyah, Noor, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertai Karya Ilmiah*, Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2010.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah*, CV. Pustaka Setia, 2015.
- Maldina, Eriza Yolanda, *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*, jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Puwokerto tahun : 2016
- Marabona, Munthe, *Konsep Distribusi Dalam Islam*, (Pekanbaru: STEI Iqra Annisa), vol. 2, No 1, April 2004
- Moh, Holis, *Jurnal Perbankan Syariah Sistem Distribusi Dalam Prespektif Ekonomi Islam*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel), vol 1, No.2 November 2016
- Mohamed Aslam Haneef, *Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer: Analisis Komparatif Terpilih*, diterjemahkan oleh Suherman Rosyidi, dari judul asli

*Contemporary Muslim Economic Thought: a Comparative Analysis*,  
Jakarta: Rajawali Pers, 2010

Muhammad Sharif Chaudry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, terj.  
Fundamental of Islamic Economic System oleh Suherman Rosyidi.

Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta:Unit Penerbit dan Percetakan, 2004

\_\_\_\_\_, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta:Rajawali Pers,2008.

Narbuko, Cholid&Achmadi, Abu, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara,  
2016.

Nurafiah, Khusni, *Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan  
Pada Pt. Coca-Cola Amatil Kantor Penjualan Kebumen*, Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Tahun:  
2006

Padji, Anoraga,*Manajemen Bisnis*, Jakarta:Rineka Cipta,2009.

Sudaryono,*Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, Yogyakarta:C.V Andi  
Offset,2016.

Swata, Basu, Azaz azaz *Marketing*, Yogyakarta:Liberty Yogyakarta,2007.

# LAMPIRAN



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. Drs. H. Musnad Rozin, MH
2. Suci Hayati, S.Ag., M.S.I  
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 :

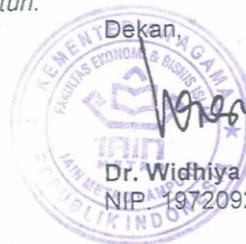
Nama : Muqtadir Adi Pratama  
NPM : 14118814  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
Judul : Analisis Pendistribusian Yang Efektif Guna Meningkatkan Penjualan Susu Frisian Flag Pada Cv. Sumber Makmur Metro Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Cv. Sumber Makmur Metro Jalan Nuban No 22 A Ganjar Asri Metro Barat)

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.*



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



**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 : 0976/In.28/D.1/TL.00/05/2019  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
MANAJER CV. SUMBER MAKMUR  
METRO  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0975/In.28/D.1/TL.01/05/2019, tanggal 08 Mei 2019 atas nama saudara:

Nama : **MUQTADIR ADI PRATAMA**  
NPM : 14118814  
Semester : 10 (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di CV. SUMBER MAKMUR METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS PENDISTRIBUSIAN YANG EFEKTIF GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN SUSU FRISIAN FLAG PADA CV. SUMBER MAKMUR METRO DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Metro, 08 Mei 2019  
Wakil Dekan I,

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



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 0975/In.28/D.1/TL.01/05/2019

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

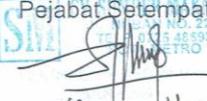
Nama : MUQTADIR ADI PRATAMA  
NPM : 14118814  
Semester : 10 (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di CV. SUMBER MAKMUR METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS PENDISTRIBUSIAN YANG EFEKTIF GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN SUSU FRISIAN FLAG PADA CV. SUMBER MAKMUR METRO DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM".
  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 : 08 Mei 2019

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
ABDUL HALIM  
DSS



Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA  
NIP 19650111 199303 1 0014

**CV. SUMBER MAKMUR**  
**Jln. Nuban No.22 A Ganjar Asri, Metro Barat**  
**Kota Metro**

---

Metro, 20 Mei 2019

**Perihal : Tanggapan Permohonan Izin Research**

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Metro

Di –

**Metro**

Dengan hormat,

Melalui surat ini kami CV. Sumber Makmur Metro, menyatakan bahwa Mahasiswa yang identitasnya tertera dibawah ini :

Nama : **Muqtadir Adi Pratama**

NPM : **14118814**

Semester : **10 (Sepuluh)**

Jurusan : **Ekonomi Syari'ah**

Kami berikan izin untuk mengadakan Research / Survey di perusahaan kami, sesuai dengan Surat No : 097/In.28/D.1/TL.00/05/2019 tanggal 08 Mei 2019.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

CV. Sumber Makmur



**ABDUL HALIM**  
**Distributor Sales Supervisor (DSS)**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Muqtadir Adi Pratama  
NPM : 14118814

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
Semester/TA : X/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	25/ 6/2019	✓	Perbaikan, pada bab IV sesuai petunjuk Hilangkan semua - yang menggunakan - Buku rujukan. Perbaikan	
	26/ 6/2019	✓	all perbaikan bab IV / V. Per- baikan untuk - dimasukkan pada daftar lampiran - nya	

Dosen Pembimbing I,

**Drs. Musnad Rozin, MH**  
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

**Muqtadir Adi Pratama**  
NPM. 14118814



KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Muqtadir Adi Pratama  
NPM : 14118814

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
Semester/TA : X/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin / 24 Juni 2019	✓	Ace Skripsi. Lanjut ke pada pembimbing I	

Dosen Pembimbing II,

Suci Hayati, S.Ag, MSI  
NIP. 19770309 200312 2 003

Mahasiswa Ybs,

Muqtadir Adi Pratama  
NPM. 14118814



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Muqtadir Adi Pratama  
NPM : 14118814

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
Semester/TA : X/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu/ 8 Mei 2019	✓	- Pertanyaan Penelitian dalam APD sebaiknya dibuat dengan indikator yang mewakili ds pertanyaan glombang.	
2.	Jumat/ 10-5-2019	✓	- Ape APD	
3.	Senin/ 20-5-2019	✓	- Data yang sudah terkumpul analisis terlebih dahulu dengan teori Strategi distribusi. apakah itu benar di tingkat dan menggunakan prinsip ? yang ada ilm Etika Bisnis Islam - Data pada bab IV. apakah sumber dari mana diperoleh, sapan & itu siapa !	
4.	Kamis/ 22-5-2019	✓	- Lengkapi Abstrak & Motto dan berkas -berkas yg diperlukan	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

Suci Havati, S.Ag, MSI  
NIP. 19770309 200312 2 003

Muqtadir Adi Pratama  
NPM. 14118814



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Muqtadir Adi Pratama  
NPM : 14118814

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
Semester/TA : X/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	13/5/2019	✓	ace APD	

Dosen Pembimbing I,

**Drs. Musnad Rozin, MH**  
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

**Muqtadir Adi Pratama**  
NPM. 14118814



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Muqtadir Adi Pratama  
NPM : 14118814

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
Semester/TA : X/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	29/14 -2019	✓	Mab II : - Masalah distribusi dalam Islam. - Distribusi efektif itu seperti apa. Gmn berm nys.  Perbaikan	
	30/14 -2019	✓	Ace perbaikan Mab I & II. Rinjute bab besitkat nys	

Dosen Pembimbing I,

Drs. Musnad Rozin, MH  
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

Muqtadir Adi Pratama  
NPM. 14118814



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

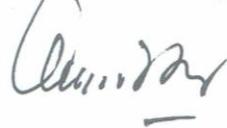
**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Muqtadir Adi Pratama  
NPM : 14118814

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
Semester/TA : X/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	24/1-019	✓	Bab I. - Petimbangan - kembali pema- kain krisis ma- netas. Ganti deng, yang bertuli yang- lain - Masalah tentang - pentingnya di - tribus dalam - bab I. - Kata pemopran Ganti dengan urain -	

Dosen Pembimbing I,



**Drs. Musnad Rozin, MH**  
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,



**Muqtadir Adi Pratama**  
NPM. 14118814



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Muqtadir Adi Pratama  
NPM : 14118814

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
Semester/TA : X/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	2/4-2019	✓	acc out line	

Dosen Pembimbing I,

**Drs. Musnad Rozin, MH**  
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

**Muqtadir Adi Pratama**  
NPM. 14118814



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Muqtadir Adi Pratama  
NPM : 14118814

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
Semester/TA : X/2019

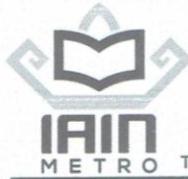
No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin / 1-7-2019	✓	- Ace outline	
2.	Selasa / 23-7-2019	✓	- Ace bab I, II & III	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

**Suci Hayati, S.Ag, MSI**  
NIP. 19770309 200312 2 003

**Muqtadir Adi Pratama**  
NPM. 14118814



**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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Muqtadir Adi Pratama      Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
NPM : 14118814                      Semester/TA : IX

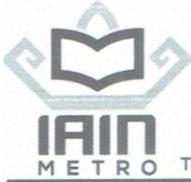
No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Feb 23-01-2019		ada untuk per- bais. Perbngale untuk diseminasi- kan.	

Dosen Pembimbing I,

**Drs. H. Musnad Rozin, MH**  
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

Muqtadir Adi Pratama  
NPM. 14118814



**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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Muqtadir Adi Pratama      Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
NPM : 14118814                      Semester/TA : IX

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			<p>keuntungan yang dirabalah. Depan Distribusi, efektifitas dan kelebihan buku - etika bisnis Bab III. Analisis data itu - kaya di dua - komparatif dan kualitatif, indik- tif harga sebagai - pemisalate Perbaikan</p>	

Dosen Pembimbing I,

**Drs. H. Musnad Rozin, MH**  
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

**Muqtadir Adi Pratama**  
NPM. 14118814



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Muqtadir Adi Pratama      Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
NPM : 14118814                      Semester/TA : IX

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 03-01-2019	✓	<p><u>Bab I 1/d III</u></p> <p>Pada bab RKM - hrous diperhalus -</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Keteskaitan kata dalam judul.</li><li>2. Ada teori me kum tingkat.</li><li>3. Atorupa ketanyings</li></ol> <p>• Dalam bab ini belum terdapat hasil pen- pasal mdr.</p> <p><u>Bab II</u></p> <p>Dalam bab ini teori sumber daya - efektifitas dan</p>	

Dosen Pembimbing I,

**Drs. H. Musnad Rozin, MH**  
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

Muqtadir Adi Pratama  
NPM. 14118814



**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 (0726) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Muqtadir Adi Pratama      Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
NPM : 14118814                      Semester/TA : IX

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
2.	Selasa/ 13-11-2018	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pertanyaan Penelitian yang kedua sebaiknya dihilangkan</li><li>- Perlukah pengetaha perhatian margin kanan &amp; kiri</li><li>- Dalam Landasan Teori setelah mengutip beri Narasi / Sitirasi</li><li>- Setelah mengutip tulislah Foot Note.</li><li>- Siapa saja yang dijadikan Sumber data primer?</li><li>- Sumber data Sekunder, Otentik apa yang digunakan?</li><li>- Siapa saja yang dilakukawawancara sinkronkan dgn Sumber data primer.</li></ul>	
3.	Rabu/ 12-12-2018	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ace Proposal. Lanjutkan Pada Pembimbing I</li></ul>	

Dosen Pembimbing II,

**Suci Hayati, S.Ag., M.S.I**  
NIP. 19770309 200312 2 003

Mahasiswa Ybs,

**Muqtadir Adi Pratama**  
NPM. 14118814



**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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Muqtadir Adi Pratama      Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
NPM : 14118814                      Semester/TA : IX

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Jum'at/ 12-10-2018	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Beri cover, sehingga mempermudah pembimbing untuk melihat judul yang dibuat.</li><li>- Pada paragraf awal &amp; latar belakang masalah dibalik saja kalimat yang dibuat. Bicara dahulu krisis moneter baru bicara dampaknya.</li><li>- Antar paragraf harus ada keterkaitan, jangan terkesan jumping.</li><li>- Sebenarnya yang ingin di bahas tentang pemasaran atau pendistribusian? Mengapa yang dibahas justru pemasaran? Pendistribusian merupakan salah satu kegiatan pemasaran.</li><li>- Hasil wawancara seharusnya diletakkan setelah saudara menguraikan tentang gambaran umum/gambaran idealnya.</li><li>- Hasil wawancara buhhi identitas &amp; kapan waktunya.</li></ul>	

Dosen Pembimbing II,

Suci Hayati, S.Ag., M.S.I

NIP. 197703092003122003

Mahasiswa Ybs,  
Saudara bisa berangkat dan pentingnya pendistribusian yang efektif untuk menjangkau pasar serta prinsip etika bisnis dalam melakukan wawancara. Kemudian uraikan data yang didapat dari lapangan.  
- Dalam proposal ini saudara belum menguraikan menguraikan apa itu pendistribusian yang efektif lebih fokus dalam menyajikan masalah.

## LAMPIRAN



Wawancara Dengan Bapak Indra Gunadi selaku salesman



Wawancara dengan Ibu Eka Handayani selaku pemilik outlet Kali Bening



Wawancara dengan Ibu Aris Wahyuni selaku Pedagang pasar sritejo kec. Kotagajah



Wawancara dengan Bpk Ahmad Zakaria selaku sales administration



## DAFTAR RIWAYAT PENULIS



Muqtadir Adi Pratama lahir pada tanggal 17 Agustus 1996, anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan bapak Muki Subroto dan ibu Insan Sri Sulastri.

Penulis telah menempuh pendidikan formalnya di TK Pertiwi tahun 2002, lalu melanjutkan pendidikan di SDN 3 Sritejo Kencono lulus pada tahun 2008, kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Kota Gajah lulus pada tahun 2011, selanjutnya melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Pekalongan lulus pada tahun 2014. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan pada program studi Ekonomi Syariah jurusan Syariah dan Ekonomi Islam di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro diawal semester 1 tahun ajaran 2014/2015. Kemudian pada tahun 2017 STAIN Jurai Siwo Metro beralis status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, sehingga program Ekonomi Syariah jurusan Syariah dan Ekonomi Islam berubah menjadi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan akan menyelesaikan pendidikan Sarjana pada tahun 2019.