

SKRIPSI

PENDISTRIBUSIAN PRODUK UNILEVER BERDASARKAN TARGET UNTUK MENJAMIN KEUNTUNGAN PERUSAHAAN DI CV MEKAR JAYA MAKMUR DESA BATANGHARI OGAN

Oleh:

MEGA JULIA

NPM. 13103444



Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1438 H / 2017 M

SKRIPSI

**PENDISTRIBUSIAN PRODUK UNILEVER BERDASARKAN TARGET
UNTUK MENJAMIN KEUNTUNGAN PERUSAHAAN DI CV MEKAR
JAYA MAKMUR DESA BATANGHARI OGAN**

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

Oleh:

Mega Julia

NPM. 13103444

Pembimbing I : Sainul, SH., MA

Pembimbing II : Zumaroh, M.E.Sy

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1438 H / 2017 M

**PENDISTRIBUSIAN PRODUK UNILEVER BERDASARKAN TARGET UNTUK MENJAMIN
KEUNTUNGAN PERUSAHAAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan)**

ABSTRAK

**OLEH
MEGA JULIA**

Distribusi merupakan kegiatan menyalurkan produk kepada konsumen. Pendistribusian produk ditetapkan sedini mungkin, bahkan sebelum produk siap dipasarkan, manajemen harus menetapkan metode dan rute yang akan digunakan untuk mendistribusikannya agar produk dapat mencapai pasar. Fungsi distribusi dalam bauran pemasaran adalah membawa produk kepasar sasaran. Untuk membawa produk ke pasar memerlukan serangkaian aktivitas. Yang terpenting dari aktivitas tersebut adalah penjualan (dan pengiriman barang) dari produsen ke konsumen akhir. Saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk dari penjual ke konsumen akhir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang bagaimana pencapaian target dalam pendistribusian produk Unilever berdasarkan etika distribusi dalam Islam di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan. Penelitian ini menggunakan tehnik pengumpulan data berupa wawancara dengan pemilik dan karyawan serta saluran dibawah CV Mekar Jaya Makmur yaitu Grosir. Selain itu digunakan juga metode dokumentasi sebagai pelengkap untuk memperoleh data tambahan dan kemudian seemua data yang diperoleh dianalisis dengan kualitatif deskriptif yang menggunakan cara berfikir induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sisi Etika Distribusi dalam Islam pencapaian target dalam pendistribusian produk Unilever di CV Mekar Jaya makmur belum dilaksanakan dengan baik. Sebab penetapan target melaumpai target produsen pada ambang yang tidak wajar karena meraup keuntungan yang terlalu besar. Pencapaian target pendistribusian produk Unilever yang dilakukan oleh CV Mekar Jaya Makmur yaitu dengan melakukan penarikan hari dan pemotongan gaji karyawan. Penarikan hari dilakukan setiap satu minggu sekali sedangkan pemotongan gaji karyawan dilakukan apabila penarikan hari belum mampu untuk menutup target yang kurang dalam satu bulan. Kebijakan penarikan hari merupakan satu bentuk manipulasi yang sangat bertentangan dengan etika distribusi yang baik dalam Islam sedangkan pemotongan gaji karyawan merupakan bentuk kedzaliman karena memakan harta sesama muslim dengan jalan yang batil, karena telah disebutkan bahwa yang menanggung keuntungan dan kerugian perusahaan adalah pemilik perusahaan.

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyah
Saudari Mega Julia

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Mega Julia**
NPM : 13103444
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **PENDISTRIBUSIAN PRODUK UNILEVER BERDASARKAN
TARGET UNTUK MENJAMIN KEUNTUNGAN PERUSAHAAN
DI CV MEKAR JAYA MAKMUR DESA BATANGHARI OGAN**

Sudah dapat kami setuju dan dapat dimunaqosyahkan Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Sainul, SH, MA

NIP. 19680706 200003 1 004

Metro, September 2017
Pembimbing II



Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENDISTRIBUSIAN PRODUK UNILEVER
BERDASARKAN TARGET UNTUK MENJAMIN
KEUNTUNGAN PERUSAHAAN DI CV MEKAR JAYA
MAKMUR DESA BATANGHARI OGAN**

Nama : **Mega Julia**
NPM : 13103444
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Pembimbing I



Sainul, SH, MA

NIP. 19680706 200003 1 004

Metro, September 2017
Pembimbing II



Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : 1371/In-28.3/D/PP.00.9/11/2017

Skripsi dengan Judul: PENDINGISTRIBUSIAN PRODUK UNILEVER BERDASARKAN TARGET UNTUK MENJAMIN KEUNTUNGAN PERUSAHAAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus di CV. Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan), disusun oleh MEGA JULIA, NPM.13103444, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa / 10 Oktober 2017.

TIM MUNAQOSYAH:

Ketua/Moderator : Sainul, SH, MA

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

Penguji II : Zumaroh, M.E.Sy

Sekretaris : Enny Puji Lestari, M.E.Sy



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




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

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mega Julia
NPM : 13103444
Jurusan : Ekonomi Syari'ah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Oktober 2017
Yang menyatakan



Mega Julia
NPM. 13103444

MOTTO

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

Artinya : 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-Nissa (4) : 29)

PERSEMBAHAN

Puji syukur alhamdulillah peneliti persembahkan untuk Allah SWT, berkah dari Ar-Rahman dan Ar-Rahim-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagaimana syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, skripsi peneliti persembahkan untuk :

1. Ayahanda Sabron Jamil dan Ibunda Ely Yanti yang saya hormati, yang senantiasa mendo'akan, memberikan kasih sayang serta dukungan dalam keberhasilan saya menyelesaikan studi di IAIN Metro.
2. Ayuk saya Melisa Laura dan adik saya Suci Maharani yang saya sayangi, yang selalu mendo'akan untuk keberhasilan saya.
3. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) metro.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pendistribusian Produk Unilever Berdasarkan Target Untuk Menjamin Keuntungan Perusahaan di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan." Rahmat dan salam mudah-mudahan senantiasa Allah tetapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengantarkan umatnya kealam yang penuh barokah.

Skripsi ini ditulis dengan mendapatkan banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Prof.Dr.Hj. Enizar, M.Ag. Selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Ibu Rina El maza, S.H.I.,M.S.I Selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak Sainul. SH. MA selaku pembimbing I dan Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi hingga skripsi ini selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitasnya guna menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Bapak dan ibu pemilik dan karyawan CV Mekar Jaya Makmur yang telah menyediakan waktu dan fasilitasnya guna menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Semoga amal baik yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini dapat dibalas oleh Allah SWT. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan kemampuan penulis, karena kesempurnaan hanya milik Allah yang memilikinya. Penulis harapkan karya sederhana ini dapat memberikan sedikit manfaat bagi siapa saja yang membacanya, Aamiin.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Metro, Oktober 2017
Penulis

Mega Julia
NPM. 13103444

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian Relevan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Distribusi	10
1. Pengertian Distribusi	10
2. Jenis-Jenis Distribusi	11
3. Tujuan Distribusi	12
4. Saluran Distribusi Produk	12
a. Saluran Distribusi	12
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi	19
5. Distribusi Produk Dalam Islam	21

B. Keuntungan	24
1. Pengertian Keuntungan	24
2. Jenis-Jenis Keuntungan	25
3. Unsur-Unsur Keuntungan	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	28
B. Sumber Data	29
C. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
34	
A. Deskripsi CV Mekar Jaya Makmur Di Desa Batanghari Ogan	34
1. Sejarah dan Perkembangan CV Mekar Jaya Makmur di Desa Batanghari Ogan	34
2. Visi dan Misi CV Mekar Jaya Makmur di Desa Batanghari Ogan	35
3. Struktur Organisasi CV Mekar Jaya Makmur di Desa Batanghari Ogan	36
4. Tugas dan Wewenang CV Mekar Jaya Makmur di Desa Batanghari Ogan	37
5. Produk di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan	41
B. Pendistribusian Produk Unilever Berdasarkan Target Untuk Menjamin Keuntungan Perusahaan di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan	41
1. Saluran Distribusi Di CV Mekar Jaya Makmur	41
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Di CV Mekar Jaya Makmur	46
3. Pencapaian Target Dalam Pendistribusian Produk Unilever Berdasarkan Etika Distribusi Dalam Islam di CV Mekar Jaya Makmur	52

BAB V PENUTUP.....	54
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia usaha saat ini mengalami perkembangan pesat, baik usaha perdagangan, industri, jasa maupun media massa. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, dengan sumber daya ekonomi yang dimiliki, setiap perusahaan menghendaki adanya peningkatan penjualan dan pendapatan, maka perusahaan harus aktif dalam proses pemasaran yang baik sehingga tujuan perusahaan bisa tercapai.¹

Perusahaan adalah suatu unit kegiatan yang melakukan aktivitas pengolahan faktor-faktor produksi, untuk menyediakan barang-barang dan jasa bagi masyarakat, mendistribusikannya, serta melakukan upaya-upaya lain dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat.²

Perusahaan terdiri dari Perusahaan Perseorangan, Perseroan Terbatas (PT), Perseroan Komanditer (CV), Perseroan Komanditer atas Saham, dan Perkumpulan Koperasi. Perseroan Terbatas (PT) adalah suatu bentuk perseroan yang didirikan untuk menjalankan perusahaan dengan modal perseroan tertentu yang terbagi atas saham-saham, dan para

¹ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), Cet VI, h. 72

² Suryadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Moder*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), Cet II, h. 65

pemegang saham ikut serta dengan mengambil satu saham atau lebih dan melakukan perbuatan-perbuatan hukum dibuat oleh nama bersama, dengan tidak bertanggung jawab sendiri untuk persetujuan perseroan ini. Sedangkan pada perseroan Komanditer (CV) adalah perusahaan yang dimiliki oleh dua orang atau lebih dengan adanya perjanjian diantara keduanya. Perseroan Komanditer (CV) yang bergerak dalam bidang pendistribusian merupakan badan usaha yang bertindak sebagai penyalur barang atau yang memasarkan barang kepada konsumen.³

Distribusi merupakan kegiatan menyalurkan produk kepada konsumen. Pendistribusian produk ditetapkan sedini mungkin, bahkan sebelum produk siap dipasarkan, manajemen harus menetapkan metode dan rute yang akan digunakan untuk mendistribusikannya agar produk dapat mencapai pasar. Fungsi distribusi dalam bauran pemasaran adalah membawa produk kepasar sasaran. Untuk membawa produk ke pasar memerlukan serangkaian aktivitas. Yang terpenting dari aktivitas tersebut adalah penjualan (dan pengiriman barang) dari produsen ke konsumen akhir.⁴ Saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk dari penjual ke konsumen akhir. Selain itu pemilihan anggota saluran juga tidak kalah pentingnya, struktur saluran distribusi ditentukan oleh tiga elemen diantaranya, tugas dan aktivitas yang dilakukan

³Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), h. 37

⁴Lancaster & Jobber, *Teknik dan Manajemen Penjualan*, diterjemahkan oleh Kirbrandoko MSM, Dari judul asli *Sales Technique and Manajemen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2000), h. 145

perantara, tipe distributor yang digunakan, dan jumlah masing-masing tipe distributor. Penggunaan saluran distribusi sangat membantu dalam menyalurkan produk kepada konsumen akhir, dengan memilih saluran distribusi yang tepat dapat meningkatkan pendapatan perusahaan sehingga mampu mencapai laba yang diinginkan. Kesalahan dalam memilih saluran distribusi dapat mengakibatkan terlambatnya penyaluran produk ketangan konsumen. Sehingga hasil penjualan yang diinginkan tidak akan tercapai, dalam memilih saluran distribusi yang tepat ada beberapa pertimbangan yang harus dilakukan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhinya.⁵

PT Unilever Indonesia, Tbk merupakan bagian dari kelompok unilever, salah satu perusahaan terbesar di dunia dalam bidang barang kebutuhan dasar. Dalam skala dunia, merek-merek barang yang dihasilkan Unilever lebih dikenal para konsumen dari pada nama Unilever sendiri. Berjuta-juta orang membeli Margarine Blueband dan Flora, es cream Conello, Magnum, Lipton, bubuk detergen, dan sabun krim omo, sabun Sunlight, Lux, pasta gigi Pepsodent, Pond's, serta banyak lagi barang merek terkenal lainnya.⁶

Pendistribusian yang dilakukan oleh CV Mekar Jaya Makmur menggunakan distribusi tidak langsung, artinya penjualan produk dari produsen kepada konsumen melalui perantara dan menggunakan saluran distribusi tingkat tiga yaitu produsen-agen-grosir-pengecer-konsumen. Produsen yaitu PT Unilever yang memproduksi produk Unilever yang

h.395 ⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2012), Edisi II,

⁶ [http:// lib.ui.ac.id/pt unilever](http://lib.ui.ac.id/pt_unilever) diakses pada tanggal 11 januari 2017

nantinya akan disalurkan kepada agen, agen disini yaitu CV Mekar Jaya makmur yang bertindak sebagai perantara PT Unilever dalam mendistribusikan produk Unilever sehingga sampai ke konsume. untuk mencapai konsumen dalam jumlah yang relatif besar dan wilayah yang cukup luas CV Mekar jaya Makmur menggunakan perantara grosir dan pengecer untuk menyalurkan produk unilever sehingga sampai ke konsumen akhir.⁷

Berdasarkan sumber yang peneliti dapat dari bapak Basuki selaku Manajer di CV Mekar Jaya Makmur, CV Mekar Jaya Makmur sebagai mitra Unilever untuk mendistribusikan produk Unilever, dimana PT Unilever menetapkan target kepada CV Mekar Jaya makmur sebesar 2,3 Miliar perbulan sedangkan CV Mekar Jaya makmur menetapkan target 6 Miliar perbulan. Dengan pencapaian target sebesar 6 Miliar perbulan CV Mekar Jaya Makmur mampu membayar kepada Unilever, biaya operasional karyawan, dan biaya gaji karyawan. Akan tetapi CV Mekar Jaya Makmur terkadang dalam sebulan tidak mampu mencapai target sebesar 6 Miliar. Hal tersebut di pengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya persaingan harga, persaingan agen distribusi, distribusi barang yang masih kurang, dan penyaluran produk kepada perantara CV Mekar Jaya Makmur yang masih tidak merata.⁸

⁷ Armawan Syahputra, Pemilik CV Mekar Jaya makmur Di Desa Batanghari Ogan tanggal wawancara 17 Jauari 2017

⁸ Basuki Rahmat, Manajer CV Mekar Jaya Makmur Didesa Batanghari Ogan tanggal wawancara 17 Januari 2017

Persaingan harga terjadi karena perantara CV Mekar Jaya Makmur yaitu grosir mendapatkan harga lebih murah di banding harga yang ditawarkan oleh CV Mekar Jaya Makmur. CV Mekar Jaya Makmur merupakan agen distribusi produk unilever khusus wilayah metro dimana CV Mekar Jaya Makmur menjual produk dengan harga yang ditentukan oleh produsen. CV Mekar Jaya Makmur di tetapkan keuntungan sebesar 10% perproduk yang ditawarkan sedangkan agen distribusi lain mengambil keuntungan 8% perproduk yang ditawarkan. Persaingan agen disini terjadi apabila perantara CV Mekar Jaya Makmur yaitu grosir khusus wilayah metro mengambil produk unilever dari agen distribusi diluar wilayah metro dikarenakan harga yang lebih murah. Selain itu distribusi barang yang masih kurang maksudnya yaitu kurangnya persediaan produk unilever yang akan disalurkan, dimana PT Unilever sering kali terlambat dalam mengirim produk ke CV Mekar Jaya Makmur. Serta masih kurang meratanya penyaluran produk yang dilakukan oleh CV Mekar Jaya Makmur dikarenakan perantaranya yaitu grosir masih banyak yang belum terdaftar di CV Mekar jaya makmur.⁹

Apabila CV Mekar Jaya Makmur tidak dapat mencapai target sebesar 6 Miliar perbulan maka kewajiban yang harus di keluarkan oleh CV Mekar Jaya Makmur ada yang tidak bisa terpenuhi. Untuk menutupi target yang tidak tercapai selama satu bulan tersebut CV Mekar Jaya Makmur memberikan kebijakan dengan melakukan penarikan hari, apabila

⁹ *Ibid,*

penarikan hari masih belum cukup untuk menutupi target maka tindakan terakhir yang dilakukan adalah memotong gaji karyawan. Pemotongan gaji karyawan merupakan tindakan terakhir yang dilakukan apabila target tersebut tidak dapat terpenuhi. Teknik pemotongan gaji karyawan dilakukan dengan memotong setengah gaji dari total gaji setiap karyawan.¹⁰

Oleh karena itu diperlukan adanya perantara dalam saluran distribusi agar pendistribusian produk Unilever yang disalurkan oleh CV Mekar Jaya Makmur dapat mencapai target yang telah ditentukan sehingga mampu menjamin keuntungan perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, dengan permasalahan-permasalahan di atas ada masalah yang menarik untuk diteliti pada CV Mekar Jaya Makmur yaitu tentang pencapaian target dalam pendistribusian produk berdasarkan etika distribusi dalam islam untuk menjamin keuntungan perusahaan.

B. Pertanyaan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka penulis mengemukakan pertanyaan masalah yaitu: “Bagaimana pencapaian target dalam Pendistribusian Produk Unilever Berdasarkan Etika Distribusi Dalam Islam di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan?”

¹⁰ Armawan Syahputra, Pemilik CV Mekar Jaya makmur Di Desa Batanghari Ogan tanggal wawancara 17 Jauari 2017

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan peneliti di atas adalah untuk mengetahui bagaimana pencapaian target dalam pendistribusian produk Unilever berdasarkan etika distribusi dalam Islam di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan pengetahuan serta keilmuan yang berkaitan tentang pencapaian target dalam pendistribusian produk berdasarkan etika distribusi dalam Islam untuk menjamin keuntungan perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat pada pengusaha/pemilik CV Mekar Jaya Makmur dalam mendistribusikan produk Unilever agar mampu mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan sehingga bisa menjamin keuntungan perusahaan.

E. Penelitian Relevan

Penelitian relevan atau telaah pustaka berisi tentang uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian yang terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Bagian ini memuat daftar hasil penelitian yang telah diteliti oleh beberapa mahasiswa yang telah melakukan penelitian

sebelumnya kemudian membandingkan apakah penelitian yang akan penulis lakukan tersebut telah diteliti sebelumnya atau belum.

Penelitian pertama melakukan peninjauan terhadap skripsi yang berjudul “Evaluasi Saluran Distribusi dalam Usaha Peningkatan Volume Penjualan dan Laba Pada CV. ITA di Surakarta” yang diteliti oleh Muhammad Darmawan program studi Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi dalam upaya mencapai hasil penjualan serta pengaruhnya terhadap hasil penjualan.¹¹

Penelitian kedua melakukan peninjauan terhadap skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Volume Penjualan di PT Sari Warna Asli Karanganyar” yang diteliti oleh Fahmi Ahmad Kawileh program studi Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi langsung dan tidak langsung dalam mencapai hasil penjualan perusahaan.¹²

Penelitian ketiga “Peranan Pelaksanaan Saluran Distribusi dalam meningkatkan pendapatan penjualan pada PT. Agronesia Bandung” yang diteliti oleh Dindin Rohidin Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

¹¹ Muhammad Darmawan, *Evaluasi Saluran Distribusi dalam Usaha Peningkatan Volume Penjualan dan Laba Pada CV. ITA di Surakarta*, skripsi, (Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2009)

¹² Fahmi Ahmad Kawileh, *Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Volume Penjualan Tekstil PT Sari Warna Asli Karanganyar*, (Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014)

pelaksanaan distribusi dalam meningkatkan pendapatan pada penjualan produk.¹³

Pada penelitian yang pertama berfokus pada permasalahan tentang pengaruh saluran distribusi dalam upaya mencapai hasil penjualan serta pengaruhnya terhadap hasil penjualan dimana kesimpulan yang didapat pada penelitian skripsi tersebut dalam pendistribusian produk saluran distribusi sangat memengaruhi dalam pencapaian hasil penjualan, yang kedua berfokus pada pengaruh saluran distribusi langsung dan tidak langsung dalam mencapai hasil penjualan dimana dapat kesimpulan bahwasannya penyaluran distribusi produk secara tidak langsung sangat berpengaruh dalam mencapai hasil penjualan, dan yang ketiga berfokus untuk mengetahui pelaksanaan distribusi dalam meningkatkan pendapatan pada penjualan produk dimana didapat kesimpulan bahwasannya penggunaan saluran distribusi dalam menyalurkan produk sangat efisien untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Berdasarkan penelitian di atas maka dapat diketahui bahwa penelitian ini belum pernah diteliti sebelumnya, disini peneliti lebih memfokuskan pada pencapaian target dalam pendistribusian produk untuk menjamin keuntungan perusahaan. Adapun persamaan penelitian-penelitian diatas yaitu antara peneliti satu, dua, dan tiga serta yang peneliti teliti itu sama-sama adanya penerapan saluran distribusi produk. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa penelitian dengan judul “Pendistribusian

¹³ Didin Rohidin, *Peranan Pelaksanaan Saluran Distribusi dalam meningkatkan pendapatan penjualan pada PT. Agronesia Bandung*, Skripsi (Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia, 2003)

Produk Unilever Berdasarkan Target Untuk Menjamin Keuntungan Perusahaan” belum pernah diteliti sebelumnya khususnya di IAIN Jurai Siwo Metro.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Distribusi

1. Pengertian Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan ekonomi lebih lanjut dari kegiatan produksi, hasil produksi yang diperoleh kemudian disebarakan dan dipindahtangankan dari satu pihak ke pihak yang lain. Menurut David A. Revzan distribusi adalah satu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai kepada pemakai. Menurut Philip Kotler adalah sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak, atau membantu dalam mengalihkan hak atas barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen. Distribusi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah penyaluran (pembagian, pengiriman) kepada orang atau berbagai tempat.¹⁴

Secara konvensional distribusi berarti proses penyimpanan dan penyaluran produk kepada pelanggan. Meskipun definisi konvensional tersebut memiliki pemahaman yang sempit dan cenderung mengarah pada perilaku ekonomi yang bersifat individual.¹⁵

¹⁴ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008)h. 85-87

¹⁵ Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam Sejarah Teori dan Konsep*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), cet I, h.185

Distribusi menurut pemaparan di atas adalah penyaluran baik barang atau jasa dari produsen sehingga dapat sampai ke tangan konsumen. Dalam hal ini distribusi yang dimaksud oleh peneliti yang sesuai dengan judul adalah pendistribusian suatu produk berdasarkan target untuk menjamin keuntungan perusahaan.

2. Jenis-jenis Distribusi

Berdasarkan hubungan antara produsen dan konsumen, jenis distribusi dibedakan menjadi dua jenis antara lain:

a) Distribusi Langsung

Adalah penyaluran atau penjualan barang maupun jasa secara langsung oleh produsen ke konsumen yang dilakukan tanpa perantara.

b) Distribusi Tidak Langsung

Adalah penyaluran atau penjualan barang maupun jasa dari produsen kepada konsumen melalui perantara. Perantara yang terlibat dalam kegiatan distribusi adalah agen, makelar, dan komisioner.¹⁶

Distribusi langsung berarti menyalurkan produk langsung dari produsen kepada konsumen, pada distribusi langsung produsen mempunyai kontrol penuh atas harga yang dikenakan kepada konsumen dan produsen juga dapat langsung menerima saran dan kritik atas produk secara langsung. Sedangkan distribusi tidak

¹⁶ www.artikelsiana.com diunduh pada tanggal 7 Januari 2017

langsung berarti penyaluran barang kepada produsen melalui perantara, pada distribusi tidak langsung yang mengontrol harga adalah perantara yang nantinya akan menyalurkan produk kepada konsumen akhir.

3. Tujuan Distribusi

Tujuan dari kegiatan distribusi yang dilakukan oleh individu atau lembaga adalah menjaga kelangsungan kegiatan produksi dapat terjamin, barang atau jasa hasil produksi dapat bermanfaat bagi konsumen, menjamin konsumen untuk mendapat barang dengan mudah.¹⁷

Berdasarkan tujuan distribusi di atas distribusi bertujuan untuk mengirimkan barang atau menyediakan barang yang dikehendaki pada waktu yang tepat dan dengan biaya yang efisien. Konsumen dapat menikmati barang yang dikehendaki secara mudah dan dapat memenuhi kebutuhan sehari-sehari secara optimal.

4. Saluran Distribusi Produk

a. Saluran Distribusi

Saluran distribusi ialah kelompok individu atau perusahaan yang mengarahkan aliran produk dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi pada umumnya mempunyai perantara pemasaran, atau yang juga disebut sebagai pedagang perantara – perusahaan penyedia jasa yang secara langsung berhubungan

¹⁷Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014),h.134

dengan pembelian dan/atau penjualan produk dari produsen kepada konsumen.¹⁸

Aktivitas pedagang perantara mulai dari memiliki produk hingga sebagai perantara aktif dalam pengiriman produk. Pedagang perantara diklasifikasikan sebagai pialang dan agen perantara. Pialang membeli produk untuk dijual kembali, sedangkan agen perantara berfungsi membantu penjualan produk, misalnya, agen penjualan dan perantara penjualan murah.¹⁹

Pemasaran produk, pengecer dan grosir merupakan perantara pemasaran. Pengecer membeli produk untuk dijual kembali kepada konsumen akhir. Grosir menjual produk kepada grosir yang lain atau kepada pengecer.

Empat saluran yang digunakan dalam distribusi produk konsumen.

- a. Tingkat 0 : Produsen-konsumen.
- b. Tingkat 1 : Produsen-pengecer-konsumen.
- c. Tingkat 2 : Produsen-grosir-pengecer-konsumen.
- d. Tingkat 3 : Produsen-agen-grosir-pengecer-konsumen.²⁰

Saluran tingkat 0 yaitu produsen langsung memasarkan produk kepada konsumen atau dengan kata lain saluran tingkat 0 bisa disebut dengan saluran distribusi langsung. Saluran tingkat 1

¹⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan, dari judul asli *Marketing Management*, (Jakarta: PT Indeks, 2008), jilid II, h. 129-130

¹⁹ *Ibid*,

²⁰ Jeff Madura, *Penghantar Bisnis*, (Jakarta: PT Salemba Empat, 2001), h. 128

pengecer besar membeli produk kepada produsen dalam jumlah besar lalu menjualnya kembali kepada konsumen, jadi dalam saluran tingkat 1 yang menjadi perantara adalah pengecer.

Saluran tingkat 2 yaitu penyaluran produk dari produsen sampai ke konsumen akhir melalui proses yang sangat panjang, yaitu menggunakan grosir lalu pengecer hingga sampai ke konsumen akhir. Penggunaan saluran tingkat 2 ini merupakan pilihan yang sangat praktis bagi produsen yang menjual produknya kepada konsumen dalam suatu wilayah yang luas. Saluran tingkat 3 yaitu produk yang dikeluarkan oleh produsen disalurkan kepada agen kemudian agen menjualnya kepada grosir, dan grosir menjualnya kembali kepada pengecer lalu nantinya pengecer yang menjualnya kembali kepada konsumen akhir. Penggunaan saluran tingkat 3 ini sering digunakan untuk mendistribusikan produk secara masal.

Meskipun demikian hanya sedikit saluran distribusi yang dimanfaatkan oleh produsen, diantaranya yaitu:²¹

1. Distribusi Produk Konsumen

Saluran distribusi yang digunakan dalam pemasaran produk konsumen akhir terdiri dari empat saluran, yaitu sebagai berikut :

²¹ Mursyid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), Cet VII, h. 86

a. Produsen-konsumen.

Saluran distribusi produk konsumen yang pendek dapat menjual produk secara langsung kepada konsumen. Misalnya, pemasaran alat rumah tangga yang dilakukan dari pintu ke pintu.

b. Produsen-pengecer-konsumen.

Banyak pengecer besar membeli langsung dari perusahaan manufaktur dan produsen pertanian.

c. Produsen-grosir-pengecer-konsumen.

Ini merupakan saluran tradisional untuk barang konsumen. Saluran ini dipilih oleh pengecer dan perusahaan manufaktur kecil karena merupakan pilihan yang layak secara ekonomi.

d. Produsen-agen-grosir-pengecer-konsumen.

Untuk mencapai pengecer kecil, produsen sering kali memanfaatkan jasa agen yang menjual kepada grosir, untuk selanjutnya grosir menjual produk kepada toko-toko kecil.²²

²²*Ibid*,

Distribusi produk konsumen dimulai dari produsen dan berakhir ditangan konsumen atau pengguna produk. Diantara keduanya, sekurang-kurang terdapat satu perantara, yakni pedagang eceran, yang disebut dengan istilah pengecer.²³

1. Perdagangan Eceran dan Pengecer

Perdagangan eceran (retail trade) terdiri dari penjualan dan semua aktifitas yang berhubungan langsung dengan penjualan ke pengguna akhir untuk keperluan pribadi atau keluarga. Perusahaan dan agen-agenya yang melakukan penjualan kepada konsumen untuk keperluan pribadi dan/ atau keluarga tersebut pengecer (retailer).

2. Klasifikasi Pengecer Berdasarkan Strategi Pemasaran

Setiap pedagang eceran senantiasa harus berusaha untuk mengembangkan strategi bauran pemasaran agar berhasil menguasai pasar sasaran yang telah diterapkannya. Bauran pemasaran dalam perdagangan eceran ditekankan pada aneka produk, harga, lokasi, promosi, dan pelayanan konsumen.

Pedagang eceran dapat dilakukan baik dengan mendirikan toko ataupun tanpa toko, seperti penjualan langsung, pemasaran via telpon, atau pemasaran langsung.

²³ Nijman, Van der Wolk, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h.

3. Toko Eceran

Dewasa ini toko eceran yang melakukan penjualan produk merebak hingga kedaerah pinggiran kota, bahkan desa.

4. Toserba (Departemen Store)

Toserba akronim toko serba ada merupakan lembaga pengecer berskala sangat besar yang menjual beraneka produk dengan jajaran yang sangat luas. Sebuah toserba menawarkan jajaran produk yang lebih luas dari pada jenis toko pengecer yang manapun.²⁴

5. Supermarket

Supermarket adalah toko besar dengan pelayanan swalayan yang menjual berbagai macam produk baik berupa makanan, minuman, maupun produk-produk lain.

6. Pedagang Eceran Tanpa Toko (Nonstore Retailing)

Transaksi jual beli eceran pada umumnya dilakukan ditoko. Tetapi volume penjualan yang terus berkembang dewasa ini menciptakan transaksi diluar toko. Transaksi ini kemudian dikenal sebagai nonstore retailing. Penjualan eceran diluar toko ini meliputi penjualan langsung (direct selling) yang dilakukan dengan memanfaatkan wiraniaga melalui kunjungan langsung kerumah prospek, pemasaran via telpon (telemarketing), pemasaran langsung (direct marketing) yang

²⁴ *Ibid*,

menggunakan media tanpa awak untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang kemudian membelinya melalui surat atau telpon, dan penjualan dengan menggunakan mesin penjaja otomatis (automatic vending).²⁵

Penggunaan pedagang eceran dalam menyalurkan produk kepada konsumen akhir sangat diperlukan apalagi pendistribusian produk dalam jumlah besar dan wilayah yang cukup luas. Pedagang eceran sebagai agen distribusi diantaranya terdiri dari pedagang eceran dan pengecer, toko eceran, toserba, supermarket, dan Nonstore Retailing. Dalam memasarkan produk Unilever CV Mekar Jaya Makmur menggunakan pedagang eceran dan pengecer, toko eceran, supermarket sebagai penyalur kepada konsumen akhir.

2. Distribusi Jasa

Sifat jasa yang tidak berwujud memerlukan persyaratan distribusi khusus. Hanya ada dua saluran distribusi jasa yang sering digunakan yaitu:²⁶

a. Produsen-konsumen.

Karena jasa tidak berwujud proses produksi dan/atau aktivitas penjualannya memerlukan hubungan pribadi secara langsung antara produsen dan konsumen

²⁵ *Ibid.*, h. 73

²⁶ Jhonatan Sarwono, *Marketing Intelligence*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), cet I, h.65

sehingga untuk melaksanakannya diperlukan saluran langsung.

b. Produsen-agen-konsumen.

Sementara distribusi langsung seringkali diperlukan untuk penyelenggaraan jasa, hubungan produsen-konsumen mungkin tiak diperlukan sebagai aktivitas utama distribusi. Produsen jasa seringkali dibantu oleh agen dengan cara alih tugas, khususnya di bidang perjalanan, penginapan, media periklanan, hiburan, dan asuransi, dengan memanfaatkan agen.

Distribusi jasa digunakan untuk menyalurkan jasa bukan produk dalam distribusi jasa dikelompokkan menjadi dua yaitu distribusi jasa yang langsung dari produsen kepada konsumen dan distribusi jasa yang menggunakan perantara agen.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi

Apabila perusahaan berorientasi konsumen, salurannya harus di tentukan berdasarkan pola pembelian konsumen. Pertimbangan lain yang tidak kalah penting adalah produk, pedagang perantara, dan perusahaan itu sendiri.²⁷

²⁷Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), h.

1. Pertimbangan Pasar

Pertimbangan pasar diawali dengan mempertimbangkan kebutuhan, struktur, dan perilaku pembelian pasar sasaran berdasarkan faktor-faktor berikut:

- a. Jenis Pasar
- b. Jumlah Konsumen Potensial
- c. Konsentrasi Pasar Geografis

2. Pertimbangan Produk

Banyak faktor yang harus dipertimbangkan sehubungan dengan produk. Dua diantaranya sebagai berikut:

- a. Nilai Unit
- b. Sifat Produk

3. Pertimbangan Perusahaan

Sebelum memilih saluran distribusi untuk suatu produk, perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor yang relevan dengan situasi.

- a. Pengendalian Saluran
- b. Jasa yang Diberikan Oleh Penjual
- c. Kemampuan Manajemen

4. Pertimbangan Perantara

Dalam pertimbangan perantara, kemungkinan perusahaan untuk mengatur dengan pasti saluran yang

diinginkanya menjadi lebih kecil. Hal ini disebabkan oleh faktor-faktor berikut:

- a. Jasa yang Disediakan Oleh Perantara.
- b. Ketersediaan Perantara yang Diinginkan.
- c. Sikap Perantara Terhadap Kebijakan Produsen.²⁸

Jasa yang disediakan oleh perantara dalam menyalurkan produk disini maksudnya produsen harus memilih perantara yang menyediakan jasa pemasaran yang tidak dapat disediakan oleh produsen. Dalam menyediakan perantara terkadang tidak sesuai dengan perantara yang diinginkan oleh produsen karena perantara hanya melayani produk kompetitif, sehingganya produsen harus memberikan kebijakan kepada perantara berupa jaminan bahwasanya hanya perantara tersebut yng memasarkan produk diwilayah tertentu tanpa adanya perusahaan lain yang bersaing dalam jajaran produk yang sama dan diwilayah yang sama.

5. Distribusi Produk dalam Islam

Islam mengajarkan tata cara atau mekanisme berbasis moral dalam pemeliharaan keadilan dan kesejahteraan sosial dalam bidang ekonomi, terutamanya dalam bidang distribusi. Meskipun Islam memberi kewenangan kebebasan kepada manusia untuk memiliki dan melakukan semua apa yang disukai dan apa yang diinginkan dengan

²⁸ *Ibid*, h. 110

menggunakan cara yang mereka kehendaki. Namun, dalam tanda kutip “Jangan sampai membuat atau merusak kesejahteraan kehidupan orang lain” karena hidup kesejahteraan manusia tidak hanya pada hasil produksi, melainkan juga pada distribusi atau penyaluran yang benar. Secara umum sistem distribusi dalam Islam merealisasikan tujuan umum syari’at Islam, diantaranya:

1. Tujuan Dakwah.
2. Tujuan Pendidikan.
3. Tujuan Sosial.
4. Tujuan Ekonomi.²⁹

Distribusi produk Islam harus memperhatikan etika dalam distribusi yang baik sesuai dengan syariat islam, diantaranya:

1. Selalu menghiasi amal dengan niat ibadah dan ikhlas.
2. Transparan dan kondisi barangnya halal serta tidak membahayakan.
3. Adil dan tidak mengerjakan ha-hal yang dilarang dalam Islam.
4. Tolong menolong, toleransi dan sedekah.
5. Tidak melakukan pameran barang yang menimbulkan persepsi.
6. Tidak lalai ibadah karena kegiatan distribusi.
7. Larangan iktikar sebab akan menyebabkan kenaikan harga.
8. Mencari keuntungan yang wajar.³⁰

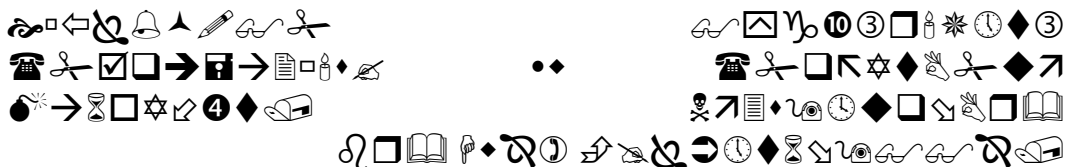
²⁹ Abdullah Zakiy Al-Kaaf, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2002), h.102

³⁰ Syuqi Ulun, “Distribusi Dalam Perspektif Islam”, dalam www.kompasiana.com diunduh pada 20 juni 2017

Dalam berniaga, tentu yang menjadi prioritas utama adalah mendapat keuntungan atau laba. Namun, terkadang pelaku usaha lupa akan etika jual beli, sehingga memiliki kecenderungan untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan pihak konsumen. Padahal tujuan jual beli bukan semata-mata murni mencari keuntungan atau laba, namun juga membantu saudara yang sedang membutuhkan.³¹

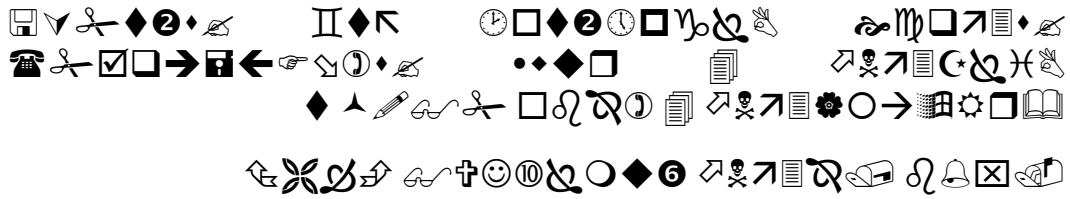
Keinginan untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya akan berdampak pada kecenderungan untuk berbuat negatif serta berbohong, menipu, manipulasi, bersumpah serapah, mengambil kesempatan dalam kesempitan, dan lain-lain. Dalam pandangan Wahbal al-Zuhaili, Pada dasarnya, Islam tidak memiliki batasan atau standar yang jelas tentang laba atau keuntungan. Sehingga pelaku usaha bebas menentukan laba yang diinginkan dari suatu barang. Hanya saja menurut beliau keuntungan yang berkah adalah keuntungan yang tidak melebihi sepertiga harga modal.³²

Penetapan laba harus memperhatikan pelaku usaha dan pembeli. Tidak boleh mengambil laba terlalu besar. Karena hal tersebut dikategorikan dengan orang yang suka makan harta orang lain dengan jalan yang tidak benar. Seperti dalam firman Allah SWT :



³¹ Enizar, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), h.78

³² www.syberdakwah.com di unduh pada tanggal 21 Oktober 2017



Artinya: 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-Nissa (4) : 29).³³

Islam memang tidak memberikan standarisasi yang pasti terkait pengambilan laba dalam jual beli, kendatipun begitu, sepantasnya bagi seorang muslim untuk tidak mendzalimi sesama muslim yang lain dengan mengambil keuntungan terlalu besar.

B. Keuntungan

1. Pengertian Keuntungan

Profit atau keuntungan dapat dipandang dari dua sisi, yaitu keuntungan bisnis dan keuntungan ekonomis. Keuntungan bisnis merupakan selisih antara pendapatan (penghasilan) dengan pengeluaran (biaya-biaya) yaitu selisish antara harga jual dengan semua biaya produksi dan penjualan produk termasuk pajak. Untuk menghasilkan keuntungan dalam bisnis terkandung faktor resiko. Semakin tinggi keuntungan yang diharapkan, akan semakin besar pula resiko yang perlu diperhitungkan dengan matang dalam menjalankan bisnis tersebut.³⁴

³³ QS. An-Nissa (4) : 29.

³⁴ Wibowo, Abubakar, *Penghantar Akuntansi II* Ikhtisar Teori dan Soal, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), h. 110

Keuntungan ekonomis adalah sisa usaha setelah pengeluaran aktual dan biaya peluang dikurangi pendapatan. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah mendapatkan laba atau keuntungan yang maksimal, disamping hal-hal lainnya. Oleh karena, itu manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Artinya besarnya keuntungan haruslah dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal untung.³⁵

Keuntungan merupakan tujuan dari suatu perusahaan yang didirikan sehingganya dalam mencapai suatu keuntungan diperlukan strategi yang tepat agar mampu mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

2. Jenis-Jenis Keuntungan

Keuntungan dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, yaitu:³⁶

1. Keuntungan kotor

Adalah keuntungan kotor perusahaan sebelum dikurangi dengan segala pembiayaan bagi pelaksanaan operasi-operasi sehubungan dengan penjualan. Atau dengan kata lain selisih positif antara penjualan dikurangi retur penjualan dan potongan penjualan.

2. Keuntungan Usaha (operasi)

³⁵ Samryn, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: KENCANA, 2012), h. 417

³⁶ Sofyan Syafari Harahap, *Teori Akuntansi Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), h. 145

Adalah keuntungan kotor dikurangi harga pokok penjualan dan biaya-biaya atas usaha.

3. Keuntungan Bersih Sebelum Pajak

Adalah keuntungan yang diperoleh setelah keuntungan usaha dikurangi dengan biaya bunga.

4. Keuntungan Bersih

Adalah jumlah keuntungan yang diperoleh setelah adanya pemotongan pajak.³⁷

Jenis jenis keuntungan memberikan penjelasan bahwasanya keuntungan yang didapat oleh perusahaan terdapat perbedaan atau dengan kata lain semua keuntungan yang didapat oleh perusahaan tidak hanya sekedar untung saja tetapi ada spesifikasi yang membedakanya sesuai dengan jenis keuntungannya masing-masing.

5. Unsur-Unsur Keuntungan

Unsur-unsur keuntungan antara lain:³⁸

1. Pendapatan

Pendapatan adalah aliran masuk atau kenaikan aktiva suatu perusahaan atau penurunan kewajiban yang terjadi dalam suatu periode akuntansi, yang berasal dari aktivitas operasi dalam hal ini penjualan barang yang merupakan unit usaha pokok perusahaan.

³⁷ *Ibid*,

³⁸ Hery, *Teori Akuntansi*, (Jakarta: KENCANA, 2011), h. 145

2. Beban

Beban adalah aliran keluar atau penggunaan aktiva atau kenaikan kewajiban dalam suatu periode akuntansi yang terjadi dalam aktivitas operasi.

3. Biaya

Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan membawa keuntungan masa ini dan masa datang untuk organisasi.

4. Untung-Rugi

Keuntungan adalah kenaikan ekuitas atau aktiva bersih yang berasal dari transaksi insidental yang terjadi pada perusahaan dan semua transaksi atau kejadian yang mempengaruhi perusahaan dalam suatu periode akuntansi. Selain dari yang berasal dari pendapatan investasi pemilik.

Kerugian adalah penurunan dalam ekuitas atau aktiva bersih yang ditimbulkan oleh transaksi feriferal, atau transaksi insidental, dan dari seluruh transaksi lainnya serta peristiwa maupun keadaan lainnya yang mempengaruhi entitas, tidak termasuk yang berasal dari beban atau distribusi kepada pemilik.

5. Penghasilan

Penghasilan adalah hasil akhir perhitungan dari pendapatan dan keuntungan dikurangi beban dan kerugian dalam periode tersebut. Atau dengan kata lain penghasilan meliputi baik pendapatan maupun keuntungan.³⁹

Unsur-unsur keuntungan berdasarkan pemaparan diatas menjelaskan bahwasanya keuntungan terdiri dari beberapa komponen. Sehingga didalam mencapai keuntungan agar menghasilkan keuntungan yang bersih, sebuah perusahaan harus membayar beban-beban yang dikeluarkan oleh perusahaan sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang bersih atau sering disebut dengan laba bersih suatu perusahaan.

³⁹ *Ibid.*, h. 146

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah Penelitian Lapangan (field research). Penelitian Lapangan adalah suatu pemeriksaan atau pengujian yang teliti dan kritis dalam mencari fakta, atau prinsip-prinsip penyelidikan yang tekun guna memastikan suatu hal.⁴⁰ Penelitian ini dilakukan di CV Mekar Jaya Makmur yang beralamat di Jl. Raya Batanghari Ogan No. 5 Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Secara harfiah penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang bermaksud membuat pencandraan (*deskriptif*) mengenai suatu kejadian.⁴¹ Penelitian *deskriptif* pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat.

Bentuk penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat atau memiliki karakteristik bahwa datanya dinyatakan dalam keadaan kewajaran atau sebagaimana

⁴⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h.3

⁴¹ Lexy J moleng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009) , h. 124

adanya (natural setting) dengan tidak dirubahnya dalam bentuk simbol atau bilangan, sedangkan perkataan penelitian pada dasarnya berarti rangkaian kegiatan atau proses pengungkapan rahasiannya suatu yang belum diketahui dengan mempergunakan cara bekerja atau metode sistematis, terarah tepat dapat dipertanggungjawabkan.⁴²

Dengan demikian, penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif adalah mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis tentang pendistribusian produk Unilever di CV Mekar Jaya Makmur sesuai dengan fakta yang ada. Hal itu akan terlihat pada data yang akan dihasilkan dalam penelitian ini yaitu berupa keterangan responden baik lisan maupun tulisan mengenai pendistribusian produk Unilever di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁴³ Sumber data primer dalam penelitian ini adalah sumber data yang langsung diperoleh dari responden yang terkait yaitu pemilik dari CV Mekar Jaya Makmur, Karyawan dari CV Mekar Jaya Makmur, dan Saluran Distribusi Di bawah CV Mekar Jaya Makmur. Jumlah Karyawan dari CV Mekar Jaya Makmur sebanyak 38 karyawan, dari 38 karyawan tersebut

⁴² Moh.Kasmir, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Malang: UIN Malik Pers, 2010), h. 176

⁴³ Sugioyono, *Metode Penelitian kUamtitatif, Kualitatif, Dan R 7 D*, (Bandung:Alfabeta, 2012), h. 225

peneliti mengambil 3 karyawan untuk diteliti yang terdiri dari Operasional Manajer, dan 2 Sales. Serta saluran distribusi dibawah CV Mekar Jaya Makmur yaitu grosir yang terdiri dari 30 toko dari 30 toko peneliti memilih 2 toko grosir untuk diteliti. Sumber data primer didapatkan secara langsung dari pemilik CV Mekar Jaya Makmur mengenai pendistribusian produk Unilever.

2. Sumber data Skunder

Sumber data skunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁴⁴

Sumber data sekunder yang digunakan penulis adalah buku-buku yang ada relevansi dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian, yaitu bahan yang memberikan penjelasan yang berhubungan dengan pendistribusian produk Unilever Berdasarkan Target Untuk Menjamin Keuntungan Perusahaan perspektif Etika Bisnis Islam. Buku tersebut adalah Philip Kotler et al dengan judul Manajemen Pemasaran, Mahmud Machfoedz dengan judul Pengantar Bisnis Modern, Abdul Azia dengan judul Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro, Faturrahman Djamil dengan judul Hukum Ekonomi Islam Sejarah Teori dan Konsep, Jhonatan Sarwono dengan judul Marketing Intellegence, Francis Tantri dengan judul Pengantar Bisnis, Wibowo Abu Bakar dengan judul Pengantar Akuntansi II, Samryin

⁴⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), h. 128

dengan judul Akuntansi Manajemen beserta sumber lainnya yang membahas mengenai pendistribusian produk Unilever berdasarkan target untuk menjamin Keuntungan perusahaan.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.⁴⁵ Teknik pengumpulan data ini mendasarkan dari pada laporan tentang diri sendiri atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

Untuk memudahkan dalam mengetahui kondisi yang diinginkan, maka peneliti menggunakan teknik wawancara. Teknik wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Sedangkan bentuk interview peneliti menggunakan wawancara terarah, yaitu wawancara yang sedikit lebih formal dan sistematis. Dilaksanakan secara bebas, tetapi kebebasan ini tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara.⁴⁶

Adapun yang menjadi sasaran wawancara adalah pemilik CV Mekar Jaya Makmur, karyawan CV Mekar Jaya Makmur, dan saluran

⁴⁵ Moh Kasmir, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, h. 178

⁴⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, h. 129

dibawah CV Mekar Jaya Makmur. Teknik ini biasanya digunakan untuk mengetahui dan menggali informasi tentang pendistribusian produk Unilever berdasarkan target untuk menjamin keuntungan perusahaan perspektif etika bisnis islam sehingga diperoleh data tentang objek yang akan diteliti pada CV Mekar Jaya Makmur Didesa Batanghari Ogan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan bukti-bukti dalam penelitian, menurut suharsini Arikunto bahwa “dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti meneliti benda-benda seperti buku-buku, dokumen peralatan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.”⁴⁷

Dokumentasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini meliputi arsip-arsip tentang data produk Unilever yang didistribusikan, catatan jumlah produk, catatan laporan keuangan, dan sebagainya yang berkaitan dengan pendistribusian produk Unilever berdasarkan target untuk menjamin keuntungan perusahaan secara umum pada CV Mekar Jaya Makmur Didesa Batanghari Ogan.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilih-milihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan

⁴⁷W Gulo, Metodologi Penelitian, (Jakarta: PT. Grafindo, 2005), h. 120

memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.⁴⁸ Kemudian penulis mengadakan teori yang ada kenyataan yang terjadi dilapangan guna mengambil suatu kesimpulan dari penelitian terhadap pelaksanaan teori dan praktek lapangan.

Metode berfikir yang peneliti gunakan dalam merumuskan kesimpulan akhir dari skripsi ini adalah cara berfikir induktif. Berfikir induktif yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.⁴⁹

Berdasarkan keterangan diatas maka dapat menganalisis data peneliti menggunakan data yang telah diperoleh dalam bentuk uraian-uraian kemudian data tersebut dianalisis menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi-informasi serta fakta-fakta yang ada dilapangan tentang Pendistribusian Produk Unilever Berdasarkan Target Untuk Menjamin Keuntungan Perusahaan di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan.

⁴⁸ Lexy J moleng, *Metodologi Penelitian*, h. 248

⁴⁹ *Ibid*, h. 257

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi CV Mekar Jaya Makmur Di Desa Batanghari Ogan

1. Sejarah dan Perkembangan CV Mekar Jaya Makmur Di Desa Batanghari Ogan

CV Mekar Jaya Makmur adalah perusahaan yang bergerak dibidang pendistribusian produk khususnya produk Unilever yang beralamatkan di desa Batanghari Ogan Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran. Alasan Pemilik CV Mekar Jaya Makmur mendirikan perusahaan di desa Batanghari Ogan karena pemilik CV Mekar Jaya Makmur berdomisili di desa Batanghari Ogan, dan tempatnya yang strategis terletak dipinggir jalan, selain itu belum adanya perusahaan yang mendistribusikan produk khusus Unilever dimana produk Unilever dibutuhkan oleh masyarakat sehari-hari.⁵⁰

CV Mekar Jaya Makmur didirikan pada tahun 2003, perusahaan ini didirikan oleh Bapak H. Darius, SE, M.M berkat penawaran dari PT Unilever sebagai perusahaan yang khusus mendistribusikan produk Unilever dalam cakupan satu wilayah tertentu. Pada awalnya CV Mekar Jaya makmur merupakan perusahaan kecil yang mendistribusikan produk Unilever khusus wilayah Metro karena PT Unilever memiliki agen distribusi masing masing di tiap wilayah di Provinsi Lampung. Pada tahun 2006 pemilik

⁵⁰ Dokumentasi profil CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan

CV Mekar Jaya Makmur dipindah alihkan kepada adik kandung beliau bernama Armawan Syahputra, SE, M.M dimana beliau sempat menjabat sebagai Oprasional Manajer (OM) di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan.⁵¹

2. Visi dan Misi CV Mekar Jaya Makmur Di Desa Batanghari Ogan

Di dalam rangka untuk meningkatkan kinerja CV Mekar Jaya Makmur serta untuk mengatasi permasalahan dan tantangan di masa yang akan datang, maka dirumuskan visi dan misi CV Mekar Jaya Makmur sebagai motivasi pencapaian keuntungan bagi perusahaan.

a. Visi

Memberikan kesetaraan produk Unilever kepada konsumen sehingga konsumen dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan sehari-hari.

b. Misi

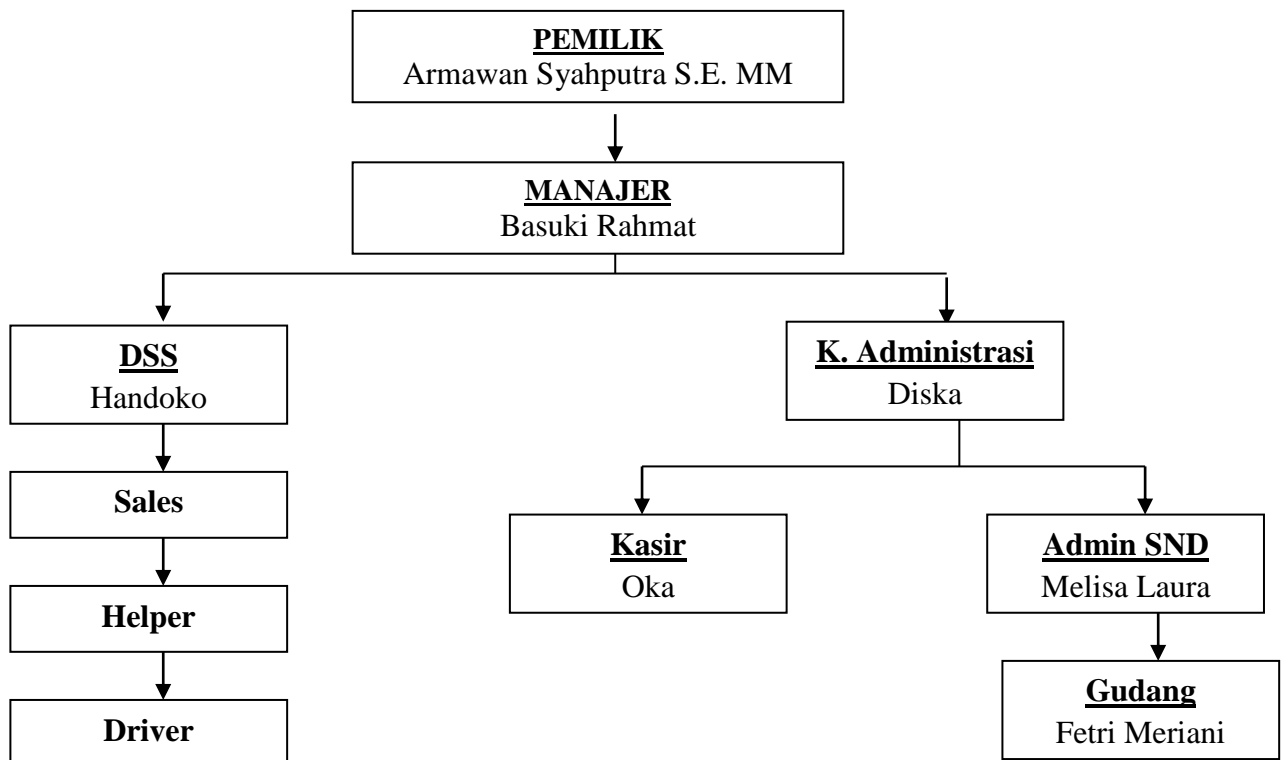
- 1) Menjadi perusahaan yang semakin tumbuh dan berkembang
- 2) Menjadi agen distributor PT Unilever terbaik di Provinsi Lampung
- 3) Menciptakan lapangan pekerjaan
- 4) Mengurangi pengangguran
- 5) Meningkatkan penjualan produk Unilever kepada Konsumen

⁵¹ *Ibid*,

3. Struktur Organisasi CV Mekar Jaya Makmur Di Desa Batanghari Ogan⁵²

Gambar 1.1

Struktur Organisasi CV Mekar Jaya Makmur Desa Batnghari Ogan⁵³



Sumber : Dokumentasi CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan

4. Tugas dan Wewenang CV Mekar Jaya Makmur Di Desa batanghari Ogan

⁵² Dokumentasi Struktur Organisasi CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan

⁵³ Dokumentasi CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan

a. Pemilik/ Owner

- 1) Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan.
- 2) Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.
- 3) Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan.
- 4) Mengangkat dan memberhentikan karyawan perusahaan

Dari hal di atas tugas dan wewenang pemilik/owner secara umum adalah terkait dengan ketentuan-ketentuan yang ditetapkan didalam perusahaan.⁵⁴

b. Manajer

- 1) Menetapkan Strategi Pendistribusian produk yang dilakukan oleh sales sehingga mampu mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- 2) Bertanggung jawab terhadap perolehan hasil penjualan dan penggunaan dana promosi.
- 3) Manajer membuat laporan pendistribusian kepada owner.

Dari hal diatas tugas dan wewenang Operasional Manajer secara umum berkaitan dengan operasional atau kinerja karyawan dalam perusahaan.⁵⁵

⁵⁴ Armawan Syahputra Pemilik CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, Tanggal wawancara 27 Juli 2017

⁵⁵ Basuki Rahmat Manajer CV Mekar Jaya makmur Desa Batanghari Ogan, Tanggal wawancara 27 Juli 2017

c. DSS (Distributor sales)

- 1) Mengkoordinasi proses pendistribusian produk yang dilakukan oleh Sales agar mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- 2) Memotivasi sales agar mencapai omset sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh perusahaan.
- 3) Memberikan arahan kepada sales dalam mendistribusikan produk.

Dari hal diatas tugas dan wewenang DSS secara umum adalah bertanggung jawab terhadap sales dalam mendistribusikan produk.⁵⁶

d. Kepala Administrasi

- 1) Menjadi pemimpin administrasi baik bagian administrasi SND maupun kasir (administrasi keuangan).
- 2) Mengetahui segala kegiatan administrasi yang dilakukan oleh administrasi SND dan administrasi keuangan.

Dari hal diatas tugas dan wewenang kepala administrasi secara umum adalah mengatur dan memeberikan kebijakan kepada administrasi SND dan administrasi keuangan.⁵⁷

e. Administrasi SND

⁵⁶ Handoko DSS CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, Tanggal wawancara 27 Juli 2017

⁵⁷ Basuki Rahmat Manajer CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, Tanggal wawancara 27 Juli 2017

- 1) Bertugas untuk menginput data penjualan yang dilakukan oleh sales.
- 2) Menerima dan membalas telepon/email yang masuk.
- 3) Melakukan order (pesanan) ke pabrik
- 4) Membuat laporan penjualan yang diminta oleh pimpinan perusahaan.

Dari hal diatas tugas dan wewenang Administrasi SND secara umum berkaitan dengan penginputan data penjualan yang dilakukan oleh sales.⁵⁸

f. Kasir

- 1) Menerima tagihan pembayaran yang sudah dilakukan oleh sales.
- 2) Memeriksa absensi karyawan untuk penentuan besarnya gaji yang harus dibayar.
- 3) Membuat laporan keuangan dan perpajakan.

Dari hal diatas tugas dan wewenang kasir secara umum berkaitan dengan laporan keuangan perusahaan.⁵⁹

g. Gudang

- 1) Mengatur jumlah produk yang masuk dan jumlah produk yang keluar.
- 2) Bertanggung jawab atas produk yang hilang didalam gudang persediaan.

⁵⁸ *Ibid,*

⁵⁹ *Ibid,*

Dari hal diatas tugas dan wewenang bagian gudang secara umum berkaitan dengan sirkulasi produk dalam perusahaan.⁶⁰

h. Sales

- 1) Mengorder barang sesuai dengan rekapan yang telah di buat oleh administrasi SND.
- 2) Memiliki strategi memasarkan produk agar mampu mencapai target yang telah ditentukan perusahaan.
- 3) Menyalurkan produk agar mampu mencapai omset yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Dari hal diatas tugas dan wewenang sales secara umum berkaitan dengan pemasaran produk agar mampu mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan.⁶¹

i. Driver dan Helper

- 1) Mengantarkan barang sesuai dengan orderan yang telah di lakukan oleh sales (SND).
- 2) Bertanggung jawab atas barang yang akan di salurkan sesuai dengan orderan yang dilakukan oleh sales (SND).

Dari hal diatas tugas dan wewenang driver dan helper secara umum berkaitan dengan pengantaran barang sesuai dengan orderan yang telah dilakukan oleh sales (SND).⁶²

⁶⁰ *Ibid*,

⁶¹ Slamet Sales CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, Tanggal Wawancara 27 Juli 2017

⁶² *Ibid*,

5. Produk Di CV Mekar Jaya Mkmur Desa Batanghari Ogan

Produk Unilever yang didistribusikan oleh CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan terdiri dari:

1. Produk Makanan dan Minuman : Bango, Blue Band, Buavita, Royco, Sariwangi, Sarimurni.
2. Produk Perawatan Pribadi : Citra, Clear, Dove, Fair & Lovely, Lifebouy, Lux, Pepsodent, Ponds, Rexona, Axe, Treseme, Vixal, Zwitsal.
3. Produk Rumah Tangga : Molto, Rinso, Sunlight, Super Pell, Wipol.⁶³

B. Pendistribusian Produk Unilever Berdasarkan Target Untuk Menjamin Keuntungan Perusahaan DI CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan

1. Saluran Distribusi di CV Mekar Jaya Makmur

Berdasarkan teori pendistribusian dalam mendistribusikan produk di perlukan saluran distribusi. Saluran distribusi di bagi menjadi 4 tingkatan, yaitu tingkat 0, tingkat 1, tingkat 2, dan tingkat 3.⁶⁴ CV Mekar Jaya Makmur mendistribusikan produk Unilever menggunakan saluran tingkat 3 yaitu produsen-agen-grosir-pengecer-konsumen. Produsen adalah PT Unilever yang memproduksi produk Unilever, dalam memasarkan produk, PT unilever menggunakan agen untuk menyalurkan produk agar sampai ke konsumen akhir. Agen disini yaitu CV Mekar Jaya Makmur

⁶³ Dokumentasi produk Unilever di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan

⁶⁴ Jeff Madura, *Penghantar Bisnis*, (Jakarta: PT Salemba Empat, 2001), h. 128

yang merupakan distributor khusus produk Unilever di wilayah Metro, dimana CV Mekar Jaya Makmur hanya menyalurkan produk Unilever di wilayah Metro. Karena CV Mekar Jaya Makmur bertindak sebagai agen penyalur dan tidak menjual produk langsung kepada konsumen akhir, maka CV Mekar Jaya Makmur menggunakan perantara grosir yang nantinya grosir akan menjual produk kepada pengecer dan pengecer menjual secara langsung kepada konsumen.⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Armawan Syahputra selaku pemilik CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, bapak Armawan menjelaskan bahwa dalam saluran distribusi produk Unilever perusahaan memberikan kebijakan dengan membagi sales menjadi tiga team, diantaranya:

1. Sales Representatif (SR)

Yaitu sales yang bertugas mengorder barang dari toko-toko grosir dalam jumlah besar.

2. Sales Corporate

Yaitu sales yang bertugas mengorder barang dari toko-toko grosir dalam jumlah kecil.

3. Sales Serbu

Yaitu sales yang memasarkan atau mengenalkan produk Unilever kepada toko-toko kecil, dimana sales serbu ini bertugas untuk menarik minat toko-toko kecil yang tadinya tidak menjual

⁶⁵ Armawan Syahputra Pemilik CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, tanggal wawancara 7 Agustus 2017

produk Unilever sehingga berminat untuk menjual produk Unilever. Apabila toko tersebut sudah tertarik untuk menjual produk Unilever maka tugas sales serbu ini adalah untuk menumbuhkan toko kecil agar berkembang yang nantinya apabila sudah berkembang akan di cover oleh sales SR.⁶⁶ Penggunaan sales serbu ini adalah sebagai bentuk proses penyaluran produk Unilever sehingga mampu mencapai target yang telah ditentukan. Karena sales serbu ini memasarkan produk Unilever kepada pengecer yang belum atau sudah mengenal produk Unilever, apabila pengecer belum mengenal atau mengetahui produk Unilever maka tugas dari sales serbu ini untuk menjelaskan sekaligus mengenalkan produk Unilever kepada pengecer.⁶⁷

Proses pendistribusian produk Unilever yang dilakukan oleh sales yaitu menggunakan kanfas dan Taking Order (TO). kanfas yaitu sales ditugaskan untuk memasarkan produk Unilever kepada toko-toko pengecer yang belum mengenal produk Unilever sehingga dengan adanya pengenalan produk Unilever kepada toko-toko pengecer dapat memungkinkan toko pengecer tersebut berlangganan dengan CV Mekar Jaya Makmur sehingga apabila sudah berlangganan toko pengecer tersebut bisa menjadi saluran distribusi di bawah CV Mekar Jaya Makmur.⁶⁸

Taking Order (TO) yaitu sales mengorder produk Unilever yang telah dipesan, biasanya yang menggunakan sistem TO ini adalah toko-

⁶⁶ *Ibid*,

⁶⁷ Handoko Sales CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, tanggal wawancara 17 Agustus 2017

⁶⁸ Basuki Rahmat Manajer CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, Tanggal wawancara 17 Agustus 2017

toko grosir yang membeli dalam jumlah besar. Dalam sistem kanfas tidak adanya pemesanan produk Unilever dari toko pengecer kepada sales, akan tetapi sales kanfas menjual produk Unilever secara langsung kepada pengecer, lain halnya dengan sistem Taking Order (TO) dimana sales menjual stok barang di gudang.⁶⁹

Dalam mengeluarkan produk Unilever yang akan di salurkan kepada perantara yaitu grosir, kepala gudang menggunakan sistem manual yaitu menggunakan rekapan yang dibuat oleh administrasi SND yang berisi orderan yang dibuat oleh sales terhadap toko-toko grosir yang memesan produk Unilever. Apabila ada kekeliruan terhadap banyaknya jumlah produk yang masuk dan jumlah produk yang keluar maka yang akan bertanggung jawab adalah kepala gudang. Sehingga tugas kepala gudang disini harus cermat dan teliti akan jumlah produk keluar dan jumlah produk masuk. Dalam pengadministrasian dilakukan setiap satu minggu sekali karena pembayaran oleh toko-toko grosir dilakukan dalam kurun waktu satu minggu.⁷⁰

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam menyalurkan produk Unilever CV Mekar Jaya Makmur bertindak sebagai agen penyalur PT Unilever, dimana CV Mekar jaya Makmur menggunakan perantara grosir dan pengecer dalam menyalurkan produk sehingga sampai ke konsumen akhir. CV Mekar Jaya Makmur menyalurkan produk kepada pengecer secara langsung dan memasarkan

⁶⁹ *Ibid,*

⁷⁰ *Ibid,*

produk kepada pengecer yang belum mengenal produk Unilever. Hal tersebut bertujuan untuk memperluas perantara CV Mekar Jaya Makmur dalam menyalurkan produk Unilever sehingga sampai ke konsumen akhir. Dalam menyalurkan produk Unilever, CV Mekar Jaya Makmur menetapkan kebijakan dengan membagi sales menjadi tiga team yaitu sales Representatif (SR), sales Corporate, dan sales kanfas dengan tugas dan wewenang masing-masing. Dimana dalam proses pendistribusianya menggunakan sistem TO (Taking order) dan Kanfas. Pembagian proses pendistribusian menjadi dua cukup efisien untuk menyalurkan produk kepada perantara CV Mekar Jaya Makmur yaitu grosir dan pengecer.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi di CV Mekar Jaya Makmur

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Armawan Syahputra selaku Pemilik CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, bapak Armawan menjelaskan dalam mendistribusikan produk Unilever ditetapkan target. Target disini terbagi menjadi dua yaitu target dari PT Unilever dan target dari Perusahaan Agen Distributor. Target dari PT Unilever sebesar 2,3 Miliar Perbulan, sedangkan target yang ditetapkan oleh Perusahaan Agen Distributor sebesar 6 Miliar perbulan. Penetapan target 6 Miliar perbulan di landasi dengan tingkat penjualan yang tinggi,

pembelian produk Unilever kepada produsen yang terus meningkat, Gaji karyawan, dan kebutuhan infrastruktur perusahaan yang terus meningkat.⁷¹

Dalam menyalurkan produk Unilever CV Mekar Jaya makmur terkadang tidak mencapai target sebesar 6 Miliar perbulan, hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut teori faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi, saluran distribusi dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu *pertama*, pertimbangan pasar dimana dalam prakteknya CV Mekar Jaya Makmur telah membedakan jenis pasar yang ada sesuai dengan jumlah konsumen potensial dimana jumlah konsumen yang relatif besar dengan wilayah yang cukup luas sehingga diperlukan perantara dalam pendistribusianya. CV Mekar Jaya Makmur menggunakan perantara grosir dan pengecer untuk menjual kepada konsumen akhir. penggunaan perantara grosir dan pengecer cukup efisien untuk menyalurkan produk hingga sampai ke konsumen.⁷²

Kedua, pertimbangan produk dimana dalam prakteknya harga perproduk yang ditawarkan CV Mekar Jaya Makmur yaitu dengan mengambil keuntungan 10% dari harga yang ditawarkan oleh produsen. Akan tetapi agen distributor lain yang berada diluar wilayah Metro mengambil keuntungan 8% dari harga yang ditawarkan oleh produsen. Agen distributor diluar wilayah Metro menawarkan produk kepada perantara CV Mekar Jaya makmur yang seharusnya hal tersebut tidak

⁷¹ Armawan Syahputra pemilik CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, tanggal wawancara 7 Agustus 2017

⁷² *Ibid*,

dapat dilakukan karena setiap agen distributor mempunyai wilayah masing masing untuk menyalurkan produk Unilever.⁷³

Hal tersebut diperkuat oleh bapak Aming selaku pemilik toko grosir yang merupakan perantara CV Mekar Jaya Makmur, bapak Aming menjelaskan apabila harga yang ditawarkan oleh CV Mekar Jaya Makmur lebih mahal dibandingkan dengan agen distributor lain yang menawarkan harga yang lebih murah maka toko grosir tersebut akan memilih agen distributor lain yang menawarkan harga lebih murah.⁷⁴ Tindakan tersebut seharusnya tidak dapat dilakukan karena melanggar peraturan yang telah ditetapkan oleh produsen, akan tetapi CV Mekar Jaya Makmur tidak bertindak tegas terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh agen distributor lain yang mengakibatkan terjadinya persaingan harga antara agen distributor dalam wilayah yang berbeda. Dalam proses pemesanan produk kepada produsen yang dilakukan oleh CV Mekar Jaya Makmur apabila stok produk di gudang tinggal sedikit maka tugas administrasi SND melakukan pemesanan produk kepada PT Unilever akan tetapi keterlambatan pengiriman produk yang dilakukan oleh produsen mengakibatkan banyak stok barang yang kosong di gudang, apabila grosir ingin memasok produk ternyata stok barang kosong dapat berakibat

⁷³ Basuki Rahmat Manajer CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, tanggal wawancara 17 Agustus 2017

⁷⁴ Aming pemilik toko grosir di jalan kopindo pasar nomor 1, tanggal wawancara 7 Agustus 2017

berkurangnya omset yang didapat oleh perusahaan yang berimbas pada target yang tidak dapat terpenuhi dalam satu bulan.⁷⁵

Ketiga, pertimbangan perusahaan, Dalam hal ini CV Mekar Jaya Makmur melakukan pengendalian saluran dengan mengendalikan perantara CV Mekar Jaya makmur yaitu grosir dan pengecer, agar grosir dan pengecer tetap memasok produk dari CV Mekar Jaya Makmur maka jasa yang diberikan oleh perusahaan untuk menarik minat perantara yaitu dengan memberikan potongan harga atau diskon perunit barang. Apabila grosir membeli produk dalam jumlah besar maka akan diberikan diskon atau potongan harga. Selain memberikan diskon atau potongan harga perunit barang CV Mekar jaya Makmur juga meberikan promosi berupa hadiah tertentu atas produk yang telah di beli. Dengan adanya promosi tersebut dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk Unilever, sehingga perantara CV Mekar Jaya Makmur dapat menjual produk Unilever dengan mudah kepada konsumen akhir. Kemampuan manajemen yang dilakukan CV Mekar Jaya Makmur dalam menyalurkan produk Unilever sehingga sampai ke konsumen akhir cukup efisien yaitu dengan membagi sales menjadi tiga team yang terdiri dari sales Représentatif, sales Corporate, dan sales serbu dimana sales tersebut mempunyai tugas dan wewenang masing-masing.⁷⁶

Keempat, pertimbangan perantara dimana dalam prakteknya CV Mekar Jaya Makmur menggunakan perantara grosir dan pengecer. Jasa

⁷⁵ Handok Dss CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, tanggal wawancara 7 Agustus 2017

⁷⁶ *Ibid*,

yang diberikan perantara grosir kepada CV Mekar Jaya Makmur yaitu dengan menjual produk Unilever kepada pengecer dalam jumlah besar. Selain menjual kepada pengecer, grosir juga menjual secara langsung kepada konsumen. Akan tetapi apabila grosir yang merupakan perantara CV Mekar Jaya Makmur mendapatkan harga yang lebih murah dari agen distributor lain di luar wilayah Metro maka grosir tersebut tidak akan memasok produk Unilever dari CV Mekar Jaya Makmur, sehingga ketersediaan perantara yang diinginkan tidak dapat terpenuhi yang berakibat penyaluran produk Unilever kepada perantara CV Mekar Jaya Makmur jadi tidak merata. Sikap perantara tersebut bertentangan dengan peraturan yang telah dikeluarkan oleh produsen, produsen telah membagi agen distributor tiap wilayah tertentu dimana CV Mekar Jaya Makmur merupakan agen distributor khusus wilayah Metro, sehingga perantara yaitu grosir dan pengecer yang berada di wilayah Metro akan di Cover oleh CV Mekar Jaya Makmur. Akan tetapi perantara sering kali melanggar peraturan yang telah dikeluarkan oleh produsen dengan alasan untuk mendapatkan harga yang lebih murah.⁷⁷

Berdasarkan wawancara dengan bapak Selamat selaku pemilik toko grosir yang beralamatkan di jalan kopindo pasar blok a11 nomor 2, bapak Selamat menjelaskan alasan menjadi perantara CV Mekar Jaya Makmur karena harga yang ditawarkan lebih murah dibanding dengan harga pasar yang ada, pembayaran dilakukan secara kredit yaitu satu

⁷⁷ Slamet sales CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, tanggal wawancara 7 Agustus 2017

minggu sekali, serta pengiriman barang tepat waktu. Bapak Selamat juga menjelaskan bahwa apabila ada barang yang hampir habis masa pakai bisa dikembalikan dan pembayaran akan dipotong sesuai dengan jumlah barang yang telah di beli.⁷⁸

Sedangkan menurut bapak Aming selaku pemilik toko grosir yang beralamatkan di jalan kopindo pasar nomor 1, bapak Aming menjelaskan alasan menjadi perantara CV Mekar Jaya makmur karena harga yang murah dibanding dengan harga pasar, akan tetapi toko grosir bapak Aming memasok produk Unilever tidak hanya dari CV Mekar Jaya Makmur saja tetapi perusahaan distributor lain diluar Metro yang terkadang menawarkan harga lebih murah di banding CV Mekar Jaya Makmur, sehingga adanya perbedaan harga disini menjadi patokan dari toko grosir bapak Aming untuk memasok produk Unilever. Dalam segi pembayaran dilakukan secara kredit yaitu satu minggun sekali, dan mengenai pengiriman barang dilakukan tepat waktu.⁷⁹

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi produk yang dilakukan oleh CV Mekar Jaya Makmur sehingga tidak mencapai target yaitu pertama, pertimbangan produk dimana adanya persaingan harga yang terjadi antara agen distributor dalam wilayah yang berbeda dan pemesanan produk kepada produsen sering mengalami keterlambatan

⁷⁸ Slamet pemilik toko grosir di jalan kopindo pasar blok a11 nomor 2, tanggal wawancara 7 Agustus 2017

⁷⁹ Aming pemilik toko grosir di jalan kopindo pasar nomor 1, tanggal wawancara 7 Agustus 2017

pengiriman. Kedua, Petimbangan perantara dimana ketersediaan perantara yang di inginkan masih belum terpenuhi yang berakibat penyaluran produk Unilever kepada perantara menjadi tidak merata dan sikap perantara yang masih melanggar peraturan yang telah dikeluarkan oleh produsen.

Sedangkan dalam proses penyaluran produk Unilever yang dilakukan kepada perantara CV Mekar Jaya Makmur telah dilaksanakan dengan baik terbukti dengan hasil penelitian CV Mekar Jaya Makmur memberikan kebijakan berupa pembayaran dapat dilakukan secara kredit dalam kurun waktu satu minggu, pengiriman barang selalu tepat waktu, dan apabila terdapat produk yang telah habis masa pakai bisa di kembalikan.

3. Pencapaian Target pendistribusian produk Unilever Berdasarkan Etika Distribusi Dalam Islam Di CV Mekar Jaya Makmur

Distribusi produk dalam Islam harus memperhatikan etika dalam distribusi yang baik sesuai dengan syari'at islam, salah satu diantaranya yaitu mencari keuntungan yang wajar. Dalam prakteknya di CV Mekar Jaya Makmur apabila dalam satu bulan omset yang didapatkan CV Mekar Jaya Makmur tidak mencapai target 6 Miliar maka kebijakan yang di ambil oleh perusahaan yaitu dengan melakukan penarikan hari. Penarikan hari dilakukan setiap satu minggu sekali dimana setiap satu minggu harus

mendapat omset sebesar 1,5 Miliar. Penarikan hari maksudnya setiap hari dalam satu minggu yaitu hari senin sampai dengan sabtu setiap sales melakukan kunjungan kepada toko-toko grosir dan pengecer. Apabila dalam satu minggu ternyata omset yang di dapat belum mencapai 1,5 Miliar maka kunjungan sales yang di lakukan pada hari senin di minggu berikutnya akan ditarik dan dilakukan di hari sabtu di minggu sebelumnya, hal tersebut bertujuan untuk menutupi omset yang kurang dalam satu minggu.⁸⁰ Apabila dikaitan dengan etika distribusi yang baik dalam Islam kebijakan tersebut tidak dapat dilakukan karena merupakan manipulasi data. Hal tersebut dilakukan karena adanya keinginan perusahaan untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya yang berakibat kecenderungan untuk berbuat negatif yaitu salah satunya dengan melakukan manipulasi.

Selain melakukan penarikan hari untuk menutupi omset yang kurang CV Mekar Jaya Makmur membebaskan ketidaktercapaian target dengan memotong gaji karyawan, pemotongan gaji karyawan dilakukan dengan memotong setengah dari total gaji setiap karyawan. Pemotongan gaji karyawan dengan tujuan untuk membantu menutupi kekurangan target yang di dapat oleh CV Mekar Jaya Makmur, apabila pemotongan gaji karyawan masih belum mampu untuk menutup target 6 Miliar dalam satu bulan, maka pemilik CV Mekar Jaya Makmur yang bertanggung jawab untuk menutup target yang tidak tercapai dalam satu bulan.⁸¹

⁸⁰ Basuki Manajer CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, tanggal wawancara 17 Agustus 2017

⁸¹ Slamet Sales CV Mekar Jaya makmur Desa Batanghari Ogan, tanggal wawancara Agustus 2017

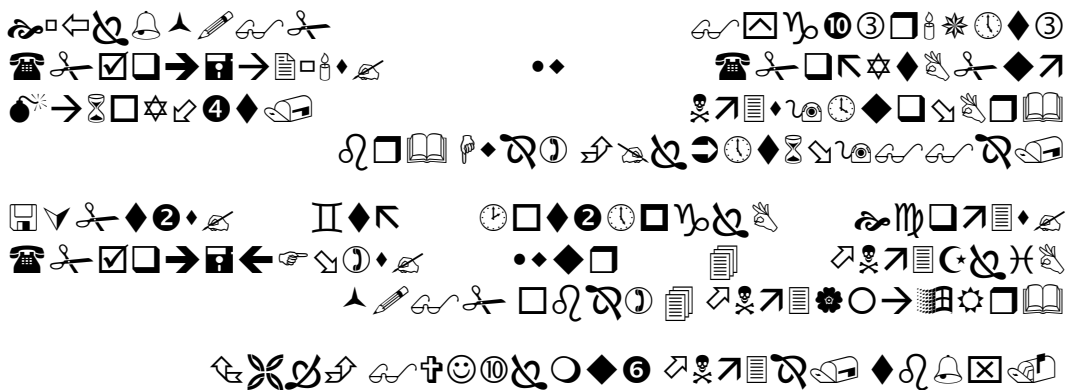
Apabila dikaitkan dengan teori distribusi produk dalam Islam yang harus memperhatikan etika dalam distribusi yang baik sesuai syariat Islam, salah satu diantaranya yaitu mencari keuntungan yang wajar. CV Mekar Jaya Makmur menetapkan target melampaui target produsen pada ambang yang tidak wajar, dimana produsen menetapkan target sebesar 2,3 Miliar sedangkan CV Mekar Jaya makmur menetapkan target sebesar 6 Miliar. Terdapat selisih sebesar 3,7 Miliar yang merupakan keuntungan yang ingin didapat oleh CV Mekar Jaya Makmur. Dengan pencapaian keuntungan tersebut mengakibatkan kedzaliman terhadap karyawan karena apabila target tersebut tidak dapat terpenuhi maka gaji karyawan akan di potong untuk membantu menutupi target yang tidak tercapai dalam satu bulan.

Dijelaskan dalam Etika Bisnis Islam, Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan bisnis kepada umatnya untuk melaksanakan bisnis yang baik dan bermanfaat.⁸² Dengan demikian konsep Al-Quran tentang bisnis yang sebenarnya, disebut beruntung dan rugi hendaknya dilihat dari seluruh perjalanan hidup manusia. Tak ada satupun bisnis yang dianggap berhasil, jika dia membawa keuntungan, sebanyak apapun keuntungan mereka dalam waktu tertentu, namun pada ujungnya dia mengalami kebangkrutan atau kerugian yang dia derita melampaui keuntungan yang dicapai. Sebuah bisnis akan dianggap berhasil dan menguntungkan jika

⁸² Quraish Shihab, Etika Bisnis dalam Wawasan Al-Quran, dalam umul Qura'an No. 03/VII/ 1997.

apa yang didapat oleh seorang pelaku bisnis melebihi ongkos yang digunakan ataupun melampaui kerugian yang diderita. Skala perhitungan semacam bisnis ini akan ditentukan pula di hari akhirat.⁸³

Penetapan keuntungan perusahaan tidak boleh terlalu besar, karena keuntungan yang berkah adalah keuntungan yang tidak melebihi sepertiga harga modal. Perusahaan yang mengambil keuntungan terlalu besar dapat dikategorikan dengan orang yang suka memakan harta orang lain dengan jalan yang tidak benar. Seperti dalam firman Allah SWT :



Artinya: 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-Nissa (4) : 29).⁸⁴

Islam telah menjelaskan bahwasanya seorang muslim tidak boleh mendzalimi sesama muslim yang lain dengan mengambil keuntungan terlalu besar. CV mekar Jaya Makmur telah mengambil keuntungan pada ambang yang tidak wajar yang mengakibatkan kedzaliman kepada karyawan, karena ketidaktercapaian target dilimpahkan kepada

⁸³ Mustaq Ahmad, Etika Bisnis Dalam Islam, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), h. 36.

⁸⁴ QS. An-Nissa (4) : 29.

karyawan sedangkan menurut teori keuntungan dan kerugian yang menanggung adalah pemilik perusahaan.

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan, peneliti menyimpulkan pencapaian target pendistribusian produk Unilever berdasarkan etika distribusi dalam Islam yang dilakukan oleh CV Mekar Jaya Makmur yaitu dengan melakukan penarikan hari dan pemotongan gaji karyawan. Penarikan hari dilakukan setiap satu minggu sekali sedangkan pemotongan gaji karyawan dilakukan apabila penarikan hari belum mampu untuk menutup target yang kurang dalam satu bulan. Sedangkan menurut etika distribusi dalam Islam kebijakan tersebut merupakan suatu bentuk kedzaliman, karena dalam pendistribusian ketidaktercapaian target dilimpahkan kepada karyawan.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan tersebut diatas, maka peneliti ingin memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. CV Mekar Jaya Makmur hendaknya selalu menyediakan produk di gudang sehingga tidak adanya stok barang yang kosong.
2. CV Mekar Jaya Makmur Hendaknya lebih memperluas saluran distribusi yang berada di bawahnya sehingga penyaluran produk Unilever kepada konsumen akhir akan maksimal.
3. CV Mekar Jaya Makmur hendaknya tidak membebankan ketidaktercapaian target dengan memotong gaji karyawan sedangkan

mengenai keuntungan dan kerugian yang bertanggung jawab adalah pemilik perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, 2008, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Armawan Syahputra, S.E.MM Pemilik CV Mekar Jaya Makmur Di Desa Batanghari Ogan tanggal wawancara 17 Januari 2017
- Burhan Bungin, 2013, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Didin Rosidin, 2003, *Peranan Pelaksanaan Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Pendapatan Penjualan pada PT. Agronesia Bandung*, Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.
- Fahmi Ahmad Kawileh, 2014, *Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Volume Penjualan Tekstil PT Sari Warna Asli Karanganyar*, Surakarta: Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fandy Tjiptono, 2012, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Faturrahman Djamil, 2003, *Hukum Ekonomi Islam Sejarah Teori dan Konsep*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Francis Tantri, 2009, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hery, 2001, *Teori Akuntansi*, Jakarta: KENCANA
- Husein Umar, 2003, *Businnes An Introduction*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Husein Umar, 2009, *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers.
- [Http://lib.ui.ac.id/pt](http://lib.ui.ac.id/pt) unilever diakses pada tanggal 11 Januari 2017
- Jhonatan Sarwono, 2011, *Marketing Intellegence*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lancaster & Jobber, 2000, *Teknik dan Manajemen Penjualan*, diterjemahkan oleh Kirbandroko MSM, dari judul asli *Sales and Technique and Manajement*, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Lexy J Moleg, 2009, *Metodologi Peneitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Malayu S.P Hasibuan, 2007, *Manajemne Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

Mahmud Machfoedz, 2007, *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta: Andi Offset.

Melisa Laura Administrasi CV Mekar Jaya Makmur di Desa Batanghari Ogan tanggal wawancara 17 Januari 2017

Moh. Kasmir, 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, Malang: UIN Malik Pers.

Muhammad Darmawan, 2009, *Evaluasi Saluran Distribusi dalam Usaha Peningkatan Volume Penjualan dan Laba Pada CV. ITA* Surakarta, Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Nijman Van Der Wolk, 1970, *Manajemen Pemasaran Modern*, Jakarta: Erlangga.

Philip Kotler, 2008, *Manajemen Pemasaran*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan, dari judul asli *Marketing Management*, Jakarta: PT Indeks.

Rozalinda, 2014, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Samryin, 2012, *Akuntansi Manajemen*, Jakarta: KENCANA.

Sofyan Syafari Harahap, 2002, *Teori Akuntansi Laporan Keuangan*, Jakarta: PT Bumi Aksara

Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R 7 D*, Bandung: Alfabeta.

Suryadi Prawirosentono, 2007, *Pengantar Bisnis Modern*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

W Gulo, 2005, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Grafindo.

Wibowo Abubakar, 2005, *Pengantar Akuntansi II Ikhtisar Teori dan Sosial*, Jakarta: PT Grasindo.

www.artikelsiana.com diunduh pada tanggal 7 Januari 2017.

www.sahatacenter15.wordpress.com diunduh pada tanggal 29 April 2017.



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Sti.06/J-SY/PP.00.9/1288/2016
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Metro, 17 Oktober 2016

Kepada Yth:

1. Sainul, SH.,MA
2. Zumaroh, S.E.I.,M.E.Sy

di -

Metro

Assalamu'alaikum wr.wb.

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

Nama : Mega Julia
NPM : 13103444
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy)
Judul : Pendistribusian Produk Pt. Unilever Berdasarkan Taret Untuk Menjamin Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus Cv Mekar Jaya Makmur Distributor Pt. Unilever Di Desa Batanghari Ogan)

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 edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013
- 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 wr.wb.

Ketua Jurusan

Siti Zulaikha, S.Ag., MEd
NIP. 197206111998032001





KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Sti.06/J-SY/PP.00.9/0110/2017

Metro, 16 Januari 2017

Lampiran :-

Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
Menejer PT Unilever Di Desa Batanghari Ogan
di -
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa kami:

Nama : Mega Julia
NPM : 13103444
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy)
Judul : Pendistribusian Produk PT. Unilever Berdasarkan Target Untuk Menjamin Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus CV. Mekar Jaya Makmur Distributor PT. Unilever Di Desa Batanghari Ogan)

Mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Ketua Jurusan,

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

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan Proposal Penelitian**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _

Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Mega Julia**
NPM : 13103444
Jurusan : : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **PENDISTRIBUSIAN PRODUK PT. UNILEVER
BERDASARKAN TARGET UNTUK MENJAMIN
PROFITABILITAS PERUSAHAAN (Studi Kasus CV
Mekar Jaya Makmur Distributor PT. Unilever di Desa
Batanghari Ogan)**

Sudah dapat kami setuju untuk diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.
Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, April 2017

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Sainul, SH, MA

NIP. 19680706 200003 1 004



Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Proposal : **PENDISTRIBUSIAN PRODUK PT. UNILEVER
BERDASARKAN TARGET UNTUK MENJAMIN
PROFITABILITAS PERUSAHAAN (Studi Kasus CV
Mekar Jaya Makmur Distributor PT. Unilever di Desa
Batanghari Ogan)**

Nama : **Mega Julia**
NPM : 13103444
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Sudah dapat kami setujui untuk diseminarkan dalam seminar proposal
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, April 2017

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Sainul, SH, MA

NIP. 19680706 200003 1 004



Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002



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


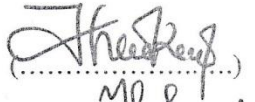
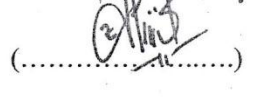
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 ; Faksimili (0725) 47296 ; Website: www.metro.univ.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN PROPOSAL

Nomor : B-244/17 28/FEBI/PP.009/05/2017

Proposal Skripsi dengan Judul: PENDISTRIBUSIAN PRODUK UNILEVER BERDASARKAN TARGET UNTUK MENJAMIN KEUNTUNGAN PERUSAHAAN DI CV MEKAR JAYA MAKMUR DESA BATANGHARI OGAN disusun oleh MEGA JULIA, NPM. 13103444, Jurusan Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang Seminar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu/ 03 Mei 2017.

TIM PEMBAHAS :

Ketua	: Sainul, SH, MA	()
Sekretaris	: Dliyaul Haq, M.E.I	()
Pembahas I	: Hermanita, MM	()
Pembahas II	: Zumaroh, M.E.Sy	()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

NIP. 19720923 200003 2 002



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1033/In.28/S/OT.01/09/2017**

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

Nama : MEGA JULIA
NPM : 13103444
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2016 / 2017 dengan nomor anggota 13103444.

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 29 September 2017
Kepala Perpustakaan

[Handwritten Signature]
Drs. Mokhtarudin Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

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; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 3592/In.28/R/TL.00/08/2017
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PEMILIK CV MEKAR JAYA
MAKMUR CV MEKAR JAYA
MAKMUR DESA BATANGHARI
OGAN
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 3590/In.28/R/TL.01/08/2017, tanggal 01 Agustus 2017 atas nama saudara:

Nama : **MEGA JULIA**
NPM : 13103444
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di CV MEKAR JAYA MAKMUR DESA BATANGHARI OGAN, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENDISTRIBUSIAN PRODUK UNILEVER BERDASARKAN TARGET UNTUK MENJAMIN KEUNTUNGAN PERUSAHAAN DI CV MEKAR JAYA MAKMUR DESA BATANGHARI OGAN".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Metro, 01 Agustus 2017
Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam,

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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

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; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 3590/In.28/R/TL.01/08/2017


Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro, Menugaskan Kepada Saudara:

Nama : **MEGA JULIA**
NPM : 13103444
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di CV MEKAR JAYA MAKMUR DESA BATANGHARI OGAN, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENDISTRIBUSIAN PRODUK UNILEVER BERDASARKAN TARGET UNTUK MENJAMIN KEUNTUNGAN PERUSAHAAN DI CV MEKAR JAYA MAKMUR DESA BATANGHARI OGAN".
 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.

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Amaman Sjarifudin SE, MM



Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 01 Agustus 2017

Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam,

Widhiya Ninsiana M. Hum
NIP 19720923 200003 2 002

**PENDISTRIBUSIAN PRODUK UNILEVER BERDASARKAN TARGET
UNTUK MENJAMIN KEUNTUNGAN PERUSAHAAN DI CV MEKAR
JAYA MAKMUR DESA BATANGHARI OGAN**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
ABSTRAK
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN
HALAMAN MOTTO
HALAMAN PERSEMBAHAN
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Masalah
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Distribusi
 - 1. Pengertian Distribusi
 - 2. Jenis-Jenis Distribusi
 - 3. Tujuan Distribusi
 - 4. Saluran Distribusi Produk

- a. Saluran Distribusi
 - b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi
5. Distribusi Produk Dalam Islam
- B. Keuntungan
1. Pengertian Keuntungan
 2. Jenis-Jenis Keuntungan
 3. Unsur-Unsur Keuntungan

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi CV Mekar Jaya Makmur Didesa Batanghari Ogan
 1. Sejarah dan Perkembangan CV Mekar Jaya Makmur Didesa Batanghari Ogan
 2. Visi dan Misi CV Mekar Jaya Makmur Didesa Batanghari Ogan
 3. Struktur Organisasi CV Mekar Jaya Makmur Didesa Batanghari Ogan
 4. Tugas dan Wewenang CV Mekar Jaya Makmur Didesa Batanghari Ogan
 5. Produk di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan
- B. Pendistribusian Produk Unilever Berdasarkan Target Untuk Menjamin Keuntungan Perusahaan di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan
 1. Saluran Distribusi Di CV Mekar Jaya Makmur
 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Di CV Mekar Jaya Makmur

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Mei 2017

Mahasiswa Ybs,



Mega Julia

NPM. 13103444

Pembimbing I



Sainul, SH, MA

NIP. 9680706 200003 1 004

Pembimbing II



Zumaroh, M.E.SY

NIP. 19790422 200604 2 002

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

Pendistribusian Produk Unilever Berdasarkan Target Untuk Menjamin
Keuntungan Perusahaan Di CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan

A. Wawancara

1. Wawancara kepada pemilik CV Mekar Jaya Makmur
 - a. CV Mekar Jaya Makmur bertindak sebagai apa? Agen, grosir, atau pengecer?
 - b. Bagaimanakah kebijakan anda terkait saluran distribusi produk Unilever di CV Mekar Jaya Makmur?
 - c. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi saluran distribusi produk Unilever di CV Mekar Jaya Makmur?
 - d. Apakah target yang telah ditetapkan dalam penyaluran produk Unilever di CV Mekar Jaya selalu tercapai? Jika tidak mengapa?
2. Wawancara Kepada Manajer CV Mekar Jaya Makmur
 - a. Bagaimanakah saluran pendistribusian produk Unilever di CV Mekar Jaya Makmur agar dapat mencapai target?
 - b. Bagaimanakah proses saluran pendistribusian produk Unilever yang dilakukan oleh sales di CV Mekar Jaya Makmur?
 - c. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi saluran pendistribusian produk Unilever di CV Mekar Jaya Makmur?
 - d. Bagaimanakah dengan harga yang ditawarkan oleh CV Mekar Jaya Makmur?

3. Wawancara Kepada Sales CV Mekar Jaya Makmur
 - a. Bagaimana proses saluran pendistribusian produk Unilever yang anda lakukan agar mencapai target di CV Mekar Jaya Makmur?
 - b. Bagaimana strategi pemasaran produk Unilever yang anda lakukan di CV Mekar Jaya Makmur?
 - c. Bagaimana strategi pencapaian target yang anda lakukan dalam saluran pendistribusian produk Unilever di CV Mekar Jaya Makmur desa Batanghari Ogan?
 - d. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dalam proses saluran distribusi produk Unilever di CV Mekar Jaya Makmur?
4. Wawancara Kepada Saluran Distribusi dibawah CV Mekar Jaya Makmur yaitu toko grosir
 - a. Mengapa memilih menjadi penyalur produk unilever dari CV Mekar Jaya Makmur desa Batanghari Ogan?
 - b. Bagaimana harga yang ditawarkan CV Mekar Jaya Makmur dibanding dengan harga pasar yang ada?
 - c. Bagaimanakah sistem pembelian produk Unilever yang anda lakukan dengan CV Mekar Jaya Makmur?

- d. Adakah kendala dalam pemasokan produk Unilever yang dilakukan oleh CV Mekar Jaya Makmur Desa Batanghari Ogan? Bagaimana cara atau upaya mengatasinya?

B. Dokumentasi

1. Profil Perusahaan
2. Dokumen pendistribusian produk
3. Literatur tentang distribusi produk

Metro, Juli 2017

Mahasiswa Ybs,



Mega Julia

NPM. 13103444

Pembimbing I



Sainul, SH, MA

NIP. 19680706 200003 1 004

Pembimbing II



Zumaroh, M.E.SY

NIP. 19790422 200604 2 00

RIWAYAT HIDUP



Mega Julia dilahirkan di Desa Batanghari Ogan pada tanggal 15 Juli tahun 1995, anak kedua dari 3 bersaudara, anak dari pasangan Bapak Sabron Jamil dan Ibu Ely Yanti.

Pendidikan penulis dimulai di TK Harapan Batanghari Ogan selama 1 tahun selesai pada tahun 2001. Lalu pendidikan dasar penulis ditempuh di SDN1 Batanghari Ogan selesai pada tahun 2007.

Kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri 9 Metro selesai pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan sekolah menengah di SMA Negeri 2 Metro lulus pada tahun 2013. Dan selanjutnya meneruskan pendidikan di IAIN Metro Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari tahun 2013/2014 -2017/2018.