

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran atau dalam bahasa Inggrisnya lebih dikenal dengan sebutan marketing, istilah tersebut sudah sangat dikenal dikalangan pebisnis. Pemasaran mempunyai peran penting dalam peta bisnis suatu perusahaan dan berkontribusi terhadap strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran/distribusi, dan strategi promosi.

Definisi Pemasaran secara umum menurut Philip Kotler seorang guru pemasaran dunia, adalah sebagai berikut: Pemasaran (*marketing*) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.¹

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang utama yang harus dilakukan oleh para produsen atau para pengusaha dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, agar lebih berkembang dan mendapatkan laba yang di harapkan. Berhasil atau tidaknya perusahaan dalam merealisasikan tujuannya, tergantung kepada aktifitas yang di lakukan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran.

Dalam pemasaran Islam, dijelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para marketer muslim dalam memasarkan produknya. Dan diharapkan dengan menggunakan system pemasaran dan mematuhi etika

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Jilid 1*, Terj. Bob Sabran, (Jakarta: Salemba Empat), 1999 h. 2

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasar Islam tersebut, suatu usaha pemasaran seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli, masing masing akan saling mendapat keuntungan. Pada dasarnya, Islam menganut prinsip kebebasan terikat, yaitu kebebasan berdasarkan keadilan, undang-undang agama dan etika. Di dalam peraturan sirkulasi atau perdagangan Islami terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih.

Dalam kondisi semacam itu menyadarkan kita bahwa kejujuran, etika dan moral dalam suatu bisnis menjadi suatu keharusan. Pada lingkungan bisnis yang tidak jarang mengabaikan etika, merupakan *resource* yang semakin langka bagi perusahaan. Tidak hanya langka, Ia merupakan resource yang bisa di *leverage* menjadi komponen daya penting suatu perusahaan. Dari sinilah, kemudian muncul paradigma baru dalam pemasaran, menurut kamus besar Indonesia Pemasaran merupakan proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang.² Barang dagangan yang dilandasi kebutuhan yang paling pokok, yang paling dasar, yaitu kejujuran, moral dan etika dalam marketing, inilah marketing syariah.³

Marketing syariah adalah sebuah bisnis strategis yang mengarahkan proses, penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada stakeholdernya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan prinsip-

² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi 3*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008) h. 834.

³ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka) 2006, h. 6.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

prinsip dalam Islam. Jadi dengan proses marketing, seluruh proses tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. selama proses bisnis ini dapat dijamin atau tidak penyimpangan dalam prinsip syariah.⁴ Kegiatan marketing atau pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sesungguhnya, sebagaimana yang dilakukan Rasulullah, yaitu religious, beretika, realitas, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, inilah yang dinamakan marketing syariah, dan inilah konsep terbaik marketing syariah untuk hari ini dan masa depan.⁵

Pada dasarnya konsep pemasaran yang meliputi karakteristik marketing syariah yang menjadi panduan pemasar meliputi; Teistis (*rabbaniyah*). Seorang marketing syariah harus membentengi diri dengan nilai-nilai spiritual karena marketing akrab dengan penipuan, sumpah palsu, suap, dan korupsi. Etis (*akhlaqiyyah*), adalah seorang marketer sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kehidupannya. Prinsip bersuci dalam Islam tidak hanya dalam ibadah, tetapi dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, dalam berbisnis, berumah tangga, bergaul, bekerja, belajar dan lain-lain. Realistis (*al-waqi'iyah*). Syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti-modernitas dan kaku. Syariah marketing merupakan konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah Islamiyyah. Humanistis (*al-insaniyah*), syariat Islam adalah insaniyah berarti diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan,

⁴*Ibid*, h. 26.

⁵ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama) 2012, h. 156

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan status. Hal ini dapat dikatakan prinsip ukhuwwah Insaniyah (persaudaraan antar manusia).⁶

Dalam menyampaikan informasi produk yang ditawarkan kepada konsumen marketing biasanya melakukan berbagai Promosi dengan media-media yang bisa menghubungkannya dengan konsumen. Pembeli adalah seorang yang sebenarnya melakukan transaksi pembelian. Sedangkan konsumen adalah orang yang memakai atau mengkonsumsi produk yang dihasilkan atau yang dijual.⁷

Dalam ilmu ekonomi terdapat konsep dasar yang penting, yaitu permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang diminta, datangnya dari pihak rumah tangga konsumen yang membeli dan mengkonsumsi sebagian besar barang konsumsi atau jasa. Adapun penawaran adalah sejumlah barang atau jasa yang ditawarkan, datangnya dari pihak produsen (perusahaan) yang menjual dan memproduksi jumlah barang atau jasa. Permintaan terhadap barang ditentukan oleh preferensi konsumen. Adapun penawaran terhadap barang ditentukan oleh biaya produksi.⁸

Perumahan Villa Akasia Asri adalah perumahan yang dikembangkan oleh PT. Salsabila Multi Karya yang berlokasi di Jl. Hang Tuah Ujung RT 02 RW 09 Kel. Sail Kec. Tenayan Raya Pekanbaru Riau. Perumahan Vila Akasia

⁶ *Ibid*, h. 28.

⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada) 2011, h.

⁸ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Press, 1995) h.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Asri yang dibangun 11 unit dengan ukuran bangunan dan tanah standar 36 M2/108 M2.⁹

PT. Salsabila Multi Karya adalah perusahaan yang ada di Pekanbaru dan bergerak dibidang pengembangan pemukiman penduduk (Developer). PT. Salsabila Multi Karya berkedudukan dikota Pekanbaru dan beralamat di Jl. Paus No. 10 C.¹⁰

Rumah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah bangunan untuk tempat tinggal. Menurut Lilly T. Erwin Rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal dan berkumpul suatu keluarga. Rumah juga merupakan tempat seluruh anggota keluarga berdiam dan melakukan aktivitas yang menjadi rutinitas sehari-hari.¹¹

Dalam pemasarannya PT. Salsabila Multi Karya selau pengembang dari perumahan Villa Akasia Asri menyerahkan urusan pemasaran terhadap salah satu karyawannya yang mengurus pemasaran dari perumahan Villa Akasia Asri yang disebut dengan marketing. Marketing tersebutlah yang nantinya akan mengkoordinir semua hal terkait dengan pemasaran dari perumahan tersebut.¹²

Pemasaran dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan dalam masalah *mu'amalah*¹³, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat *horizontal* dalam kehidupan manusia.

⁹ Adie Nurrahman, Direktur PT. Salsabila Multi Karya. *Wawancara* Pekanbaru 10 Oktober 2015

¹⁰ Dokumentasi Perusahaan 2012

¹¹ http://carapedia.com/pengertian_definisi_rumah_info2053.html di kutip pada hari Kamis, 11 Desember 2014 22:00.

¹² Adie Nurrahman Op. Cit

¹³ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara 2008) h. Vi.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Sekalipun sifatnya adalah hubungan yang *horizontal* namun sesuai dengan ajaran islam, rambu-rambunya tetap mengacu kepada Al-Qur'an dan Hadist.

Tujuan utama dari pemasaran dalam bisnis adalah menghasilkan keuntungan maksimal. Hal demikian membuat perusahaan dengan berbagai macam cara untuk meningkatkan keuntungannya. Suatu transaksi yang menguntungkan dan bermanfaat adalah transaksi yang didalamnya tetap terdapat keimanan, keikhlasan amal kepada Allah, dan ketenangan jiwa.

Sesuai dengan firman Allah yang berbunyi :



Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasulnya dan berjihad dijalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahuinya. Niscaya Allah akan mengampuni dosa-dosamu dan memasukkan kamu kedalam syurga yang mengalir dibawahnya sungai-sungai, dan (memasukkan kamu) ketempat tinggal yang baik didalam surge ‘And. Itulah keberuntungan yang besar (Q.S Ash Shaff : 10-12)¹⁴*

Dari pengamatan penulis dilapangan dan wawancara penulis dengan konsumen dan marketing perumahan Villa Akasia Asri terdapat hal-hal yang belum sesuai dengan prinsip islam terkait dalam pemasaran perumahan Villa Akasia Asri. Konsumen dari perumahan tersebut masih mengaku sulit untuk

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al Qur'an Al Karim dan Terjemahannya* (Semarang:PT. Karya Toha Putra, 1995) h. 929

complain terhadap pihak perusahaan. Ada juga konsumen yang merasa bahwa proses pembangunan rumah terlalu lama baru dimulai sehingga terkesan ditunda-tunda oleh pihak perusahaan.¹⁵

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik dan sangat berkeinginan untuk mengadakan penelitian dalam sebuah karya ilmiah. Penelitian ini lebih terfokus kepada pandangan Etika pemasaran dalam ekonomi Islam terhadap sistem pemasaran yang dilakukan oleh PT. Salsabila Multi Karya dalam memasarkan perumahan Villa Akasia Asri.

B. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi penyimpangan dalam pembahasan dan penelitian ini, maka perlu diberi batasan masalah yang akan diteliti. Masalah yang diteliti penulis adalah “Tinjauan ekonomi Islam terhadap etika pemasaran dalam pemasaran perumahan villa akasia asri Pekanbaru oleh PT. Salsabila Multi Karya”.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana etika pemasaran yang dilakukan PT. Salsabila Multi Karya dalam memasarkan Perumahan Villa Akasia Asri Pekanbaru?

¹⁵ Adie Nurrahman, Op.Cit

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagaimana Pandangan Ekonomi Islam terhadap etika pemasaran yang dilakukan PT. Salsabila Multi Karya dalam memasarkan Perumahan Villa Akasia Asri Pekanbaru?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian adalah:

- a) Untuk mengetahui bagaimana etika pemasaran yang dilakukan PT. Salsabila Multi Karya dalam memasarkan Perumahan Villa Akasia Asri Pekanbaru
- b) Untuk mengetahui Pandangan Ekonomi Islam terhadap etika pemasaran yang dilakukan PT. Salsabila Multi Karya dalam memasarkan Perumahan Villa Akasia Asri Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

- a) Bagi penulis sebagai tugas akhir dalam bentuk skripsi dan sebagai sumbangan pemikiran untuk pihak yang memerlukan serta sebagai penambah wawasan bagi penulis tentang Ekonomi syari'ah pada umumnya.
- b) Bagi perusahaan, untuk memberikan dan mengetahui bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap Etika Pemasaran yang dilakukan perusahaan dalam memasarkan perumahan Villa Akasia Asri Pekanbaru.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c) Bagi UIN SUSKA RIAU, penelitian ini diharapkan dapat menambahkan daftar bacaan dan referensi untuk suatu karya ilmiah berupa Skripsi, serta bermanfaat untuk para penulis berikutnya yang akan melakukan penelitian tentang kajian yang sama.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas mendalam.¹⁶ yang berlokasi di Perumahan Vila Akasia Asri Pekanbaru yang beralamat di jalan hangtuah ujung RT 05 RW 09 Kel. Sail Kec. Tenayan Raya, Pekanbaru Riau. Alasan peneliti memilih lokasi adalah untuk melihat Etika Pemasaran yang dilakukan oleh PT. Salsabila Multi Karya dalam memasarkan perumahan Villa Akasia Asri pekanbaru.

2. Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan PT. Salsabila Multi Karya sebanyak 9 orang dan diambil jadi sampel sebanyak 2 orang dengan metode *Purvosif Sampling* yaitu direktur dan marketing dan konsumen dari perumahan Villa Akasia Asri yang berjumlah 10 orang. Karena jumlah populasinya sedikit maka keseluruhannya diambil menjadi sampel (*total sampling*).

¹⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008) h. 209.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Karyawan PT. Salsabila Multi Karya, sedangkan objek penelitian ini adalah etika Pemasaran yang dilakukan oleh PT. Salsabila Multi Karya dalam Memasarkan perumahan Villa Akasia Asri Pekanbaru.

4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yaitu jenis penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistic atau bentuk hitungan.¹⁷ Adapun sumber data dalam penelitian ini meliputi:

a) Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung PT. Salsabila Multi Karya dan konsumen yang ada diperumahan Vila Akasia Asri Pekanbaru.

b) Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku-buku, dokumen resmi serta literatur- literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.¹⁸

5. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan kualitas yang valid, maka metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi yaitu metode pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan dengan metode sistematis terhadap apa yang terjadi

¹⁷ Anselm Strauss dan Juliat Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar) 2009, h. 4.

¹⁸ Sonny Sumarsono, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004) h. 69.

dilapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.

- b. Wawancara yaitu penulis melakukan wawancara langsung dengan Direktur dan Marketing PT. Salsabila Multi Karya dan Konsumen yang ada di perumahan Vila Akasia Asri Pekanbaru
- c. Studi kepustakaan yaitu peneliti menggunakan teori- teori yang berkaitan dengan Etika Pemasaran Islam
- d. Studi dokumentasi yaitu dengan melihat dan menganalisa dari dokumen-dokumen mengenai pemasaran perumahan Villa Akasia Asri Pekanbaru.

6. Analisa data

Untuk analisa data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh melalui hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan, menyusun kedalam pola dan membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹⁹ Analisa data yang digunakan adalah metode yang bersifat deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan hasil pengamatan dan wawancara yang diperoleh serta membahasnya, lalu dilakukan penganalisaan kemudian digambarkan dengan kata- kata serta membuat kesimpulan dan saran- saran berdasarkan hasil pembahasan. Menganalisa data-data yang telah dikumpulkan, penulis akan menggunakan Deskriptif Analitik, yaitu menjelaskan Etika

¹⁹ Sugiono, Op.cit h. 244

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemasaran Perumahan Villa Akasia Asri Pekanbaru dengan pandangan ekonomi Islam apakah telah sesuai.

7. Metode Penulisan

Setelah penulis memperoleh data, maka data tersebut dibahas dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a) Deskriptif

Yaitu dengan menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan data yang diperoleh. Kemudian dianalisis dan disimpulkan sesuai dengan masalah tersebut.

b) Deduktif

Yaitu menggambarkan kaedah umum yang ada kaitannya dengan tulisan ini, dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.

F. Sistematika Penulisan

Agar penulisan ini lebih sistematis dan terarah, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PT. SALSABILA MULTI KARYA

Bab ini memaparkan tentang gambaran umum tentang PT. Salsabila Multi Karyayang berisikan pemaparan tentang sejarah

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berdirinya perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi dan produk- produk serta jasanya.

BAB III : ETIKA PEMASARAN DALAM ISLAM

Pada Bab ini akan dijelaskan pengertian etika pemasaran, sumber-sumber hukum etika pemasaran, etika pemasaran Islami dan sistem promosi dalam Islam.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai cara PT. Salsabila Multi Karya dalam memasarkan Perumahan Villa Akasia Asri Pekanbaru, dan pandangan Etika dalam Ekonomi Islam tentang cara PT. Salsabila Multi Karya dalam memasarkan Perumahan Villa Akasia Asri Pekanbaru

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari pembahasan bab-bab terdahulu dan saran-saran yang dikemukakan penulis atas dasar analisis yang telah dilakukan.