

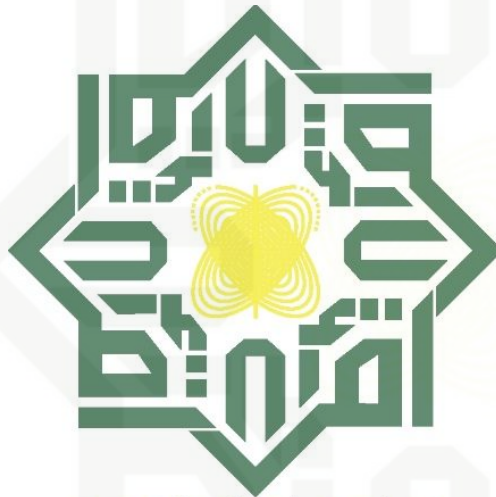
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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.

**STRATEGI DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH  
(Studi pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa  
Koto Mesjid Kabupten Kampar)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Sebagian Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)

**UIN SUSKA RIAU****DISUSUNOLEH:**

**YADI MAULANA**  
**11625103995**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERISULTAN SYARIF KASIMRIAU****PEKANBARU****1442 H /2021**



**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul: **STRATEGI DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupten Kampar)**, yang ditulis oleh:

NAMA : **YADI MAULANA**  
 NIM : **11625103995**  
 PROGRAM STUDI : **EKONOMI SYARIAH**

Dapat diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 16 Juli 2021

Pembimbing Skripsi

**ROZI ANDRINI, ME**  
**199405022018012002**

- Hak Cipta Dilindungi 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 Dilindungi 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.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupaten Kampar)**, yang ditulis oleh:

Nama : Yadi Maulana  
 NIM : 11625103995  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Senin, 26 Juli 2021  
 Waktu : 08.00 Wib  
 Tempat : Online

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 02 Agustus 2021 M  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, Lc. MA**

Sekretaris  
**Mutasir, M.Sy**

Penguji I  
**Rozi Andrini, ME**

Penguji II  
**Darnilawati, SE., M.Si**

Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr. Zulkifli. M.Ag**

NIP. 19741006 200501 1 005



## ABSTRAK

**Yadi Maulana, (2021): Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Masjid Kabupaten Kampar)**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya volume penjualan pada Graha Pratama Fish, namun Graha Pratama Fish belum memiliki agen resmi di setiap daerah untuk menyalurkan distribusi. Strategi distribusi merupakan bermacam kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produk lebih mudah diperoleh atau tersedia untuk pasar sasaran. Dengan tujuan agar konsumen dapat dengan mudah memperoleh barang yang konsumen butuhkan. Semakin baiknya strategi distribusi maka hal ini akan meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Distribusi dalam meningkatkan volume penjualan pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Masjid Kabupaten Kampar, dan bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi distribusi dalam meningkatkan volume penjualan pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Masjid Kabupaten Kampar.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan skunder. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi serta teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif. Adapun populasi penelitian ini berjumlah (5) lima orang, dan semua populasi dijadikan sampel dengan menggunakan teknik *total sampling*.

Hasil penelitian ini yaitu Strategi distribusi yang digunakan oleh Graha Pratama Fish adalah strategi distribusi eksklusif. Strategi distribusi eksklusif yaitu, mendistribusikan produk melalui satu saluran dan beberapa anggota saluran (pedagang dan outlet). Saluran distribusi yang digunakan oleh Graha Pratama Fish adalah saluran langsung dan saluran tiga tingkat. Saluran langsung yaitu, produsen berada langsung pada konsumen (Graha Pratama Fish – Konsumen), dan saluran tidak langsung (produsen-agen-pedagang besar-konsumen). Saluran tiga tingkat atau saluran tidak langsung (produsen-agen-pedagang besar-konsumen) yaitu produsen memilih agen (agen penjualan atau agen pabrik) sebagai penyalurnya. Agen penjualan menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar. Strategi dalam meningkatkan volume penjualan di Graha Pratama fish secara umum sudah sesuai dengan ekonomi syariah dalam mendistribusikan produk Graha Prtama Fish memiliki prinsip keadilan, tanggung jawab hingga produk sampai ke tangan konsumen.

**Kata Kunci: Strategi Distribusi, Volume Penjualan, Ekonomi Syariah**



## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kita kehadirat Allah SWT yang telah memberi nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan judul, “Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Masjid Kabupaten Kampar).

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk kedalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa’at beliau di hari akhir kelak.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari adanya kelebihan dan kekurangan, bila terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka kebenaran itu tentunya berasal dari Allah SWT. Namun jika dalam skripsi ini terdapat kesalahan maka datangnya dari penulis sendiri. Hal ini tidak lain karena keterbatasan keterbatasan kemampuan, cara berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan dikemudian hari. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu kepada:

### Hak Cipta Dilindungi 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 Dilindungi 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.

1. Terimakasih kepada orang tua penulis Bapak Darham dan Ibu Samsimar, terimakasih banyak atas do'a, dukungan dan semangat demi kesuksesan anak-anaknya. Selalu menjadi sumber inspirasi dan motivasi dalam setiap langkah penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga beliau berdua selalu dalam lindungan Allah SWT dimanapun berada.
2. Bapak Prof. Dr. hairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Zulkifli. M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, beserta Bapak Dr. H. Erman Ghani, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
4. Bapak DR. Syahfawi, S.Ag., M.Sh, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak/Ibu dosen dan karyawan maupun karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
5. Terimakasih kepada Dr. H. Erman, M.Ag selaku Penasehat Akademik.
6. Terimakasih kepada Ibuk Rozi Andrini, ME selaku dosen pembimbing skripsi.

Hak Cipta Dilindungi 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.

7. Terimakasih kepada Bapak/Ibuk Perpustakaan dan seluruh karyawan perpustakaan UIN SUSKA Riau yang telah memberi fasilitas buku di perpustakaan.
8. „Sahabat dan Teman-teman seperjuangan yang banyak membantu penulis dalam memberikan motivasi dan berbagai informasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Bersama ini penulis mengucapkan terima kasih secara khusus kepada pihak UIN Suska Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian beserta dengan segala fasilitasnya. Penulis mohon maaf atas kesalahan atau hal-hal yang tidak berkenaan di hati. Semoga Allah SWT menerima amalan tersebut sebagai suatu ibadah.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya maupun pembaca pada umumnya. Akhir kata, penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap ada saran dan dari pembaca atas skripsi ini yang dapat disampaikan ke alamat e-mail penulis [yadimaulana02@gmail.com](mailto:yadimaulana02@gmail.com) Terimakasih.

Pekanbaru, 11 Juli 2021  
Penulis,

**Yadi Maulana**  
**11625103995**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	12
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	12
1. Tujuan Penelitian .....	12
2. Manfaat Penelitian .....	13
E. Metode Penelitian .....	13
1. Lokasi Penelitian .....	13
2. Subjek dan Objek Penelitian .....	13
3. Populasi dan Sampel .....	14
4. Penelitian Terdahulu.....	15
5. Sumber Data .....	17
6. Metode Pengumpulan Data .....	17
7. Teknik Analisis Data .....	18
F. Sistematika Penelitian .....	19

- Hak Cipta Dilindungi 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 Dilindungi 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 II**

**GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

A. Keadaan Geografis dan Geografi Wilayah .....	21
B. Ekonomi dan Sosial Budaya .....	22
C. Sejarah Singkat Graha Pratama Fish.....	23
D. Visi dan Misi Graha Pratama Fish .....	24
E. Struktur Organisasi Graha Pratama Fish.....	25

**BAB III**

**TINJAUAN TEORITIS**

A. Strategi Distribusi.....	27
1. Pengertian Strategi .....	27
2. Pengertian Distribusi .....	28
3. Pengertian Strategi Distribusi.....	29
4. Faktor Yang Mempengaruhi Distribusi.....	31
5. Macam-macam Saluran Distribusi .....	32
B. Distribusi Menurut Islam .....	37
C. Volume Penjualan .....	52
1. Pengertian Penjualan .....	52
2. Pengertian Volume penjualan .....	54
3. Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	56
4. Tujuan Volume Penjualan.....	57
D. Penjualan Menurut Islam .....	58

**BAB IV**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupaten Kampar.....	61
--	----

**Hak Cipta Dilindungi 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.

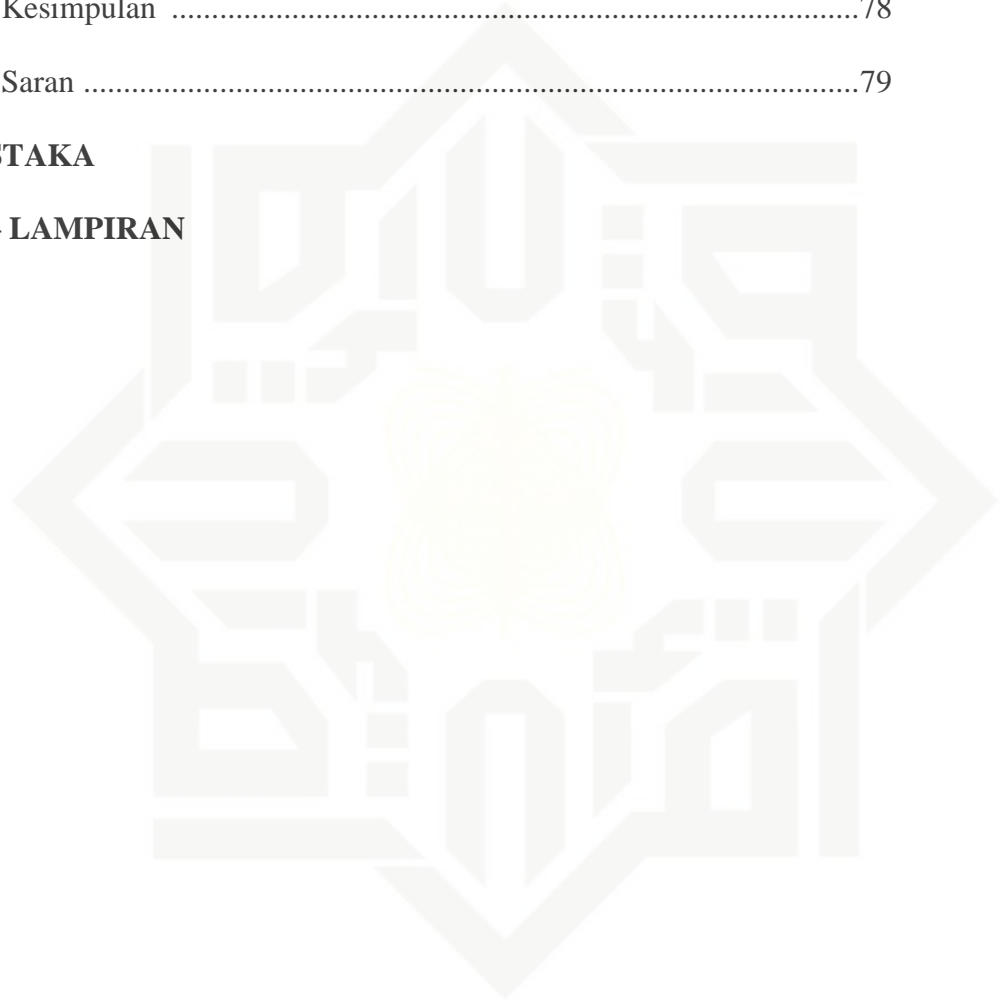
B. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Masjid Kabupaten .....	73
--	----

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	79

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Produk Olahan Ikan Patin .....	5
Tabel 1.2	Data Jumlah Pendistribusian Produk Pertahun .....	6
Tabel 1.3	Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 2.1	Struktur Organisasi Graha Pratama Fish .....	25
Tabel 4.1	Data Jumlah Pendistribusian Produk Pertahun .....	58

### Hak Cipta Dilindungi 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

Sering dikatakan bahwa pemasaran merupakan ujung tombak pada perusahaan, karena tanpa adanya pemasaran maka tidak akan dapat menjual barang atau jasanya kepada konsumen. Pemasaran sendiri adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah.<sup>1</sup> Oleh karena itu maka setiap perusahaan perlu menerapkan pemasarannya dengan sebaik-baiknya. Salah satu strategi yang digunakan dalam pemasaran menyangkut distribusi. Strategi distribusi merupakan suatu bentuk kebijakan perusahaan didalam mendistribusikan barang kepada konsumen dengan efisien dan efektif. Dengan adanya strategi distribusi diharapkan konsumen dapat memperoleh produk tersebut dengan mudah pula.

Dalam rangka menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen maka perusahaan harus benar-benar memilih atau menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini dapat menghambat bahkan dapat memacetkan usaha menyalurkan barang atau jasa tersebut.<sup>2</sup> Beberapa faktor yang mempengaruhi distribusi adalah strategi.

<sup>1</sup> Siti Maro'ah, *Buku Ajar Marketing Syariah*. (Jawa Timur: Penerbit Qiara Media, 2019), h. 31.

<sup>2</sup> Warnadi, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 73.



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

Strategi merupakan proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan tersebut tercapai. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan sama, tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut berbeda. Kahrusan menyusun strategi adalah untuk mencapai tujuan perusahaan, baik pada jangka menengah maupun jangka panjang. Strategi akan menjamin perusahaan dapat bertahan atau berkembang pada masa yang akan datang. Salah satunya strategi untuk memasarkan barang konsumsi.<sup>3</sup>

Barang konsumsi umumnya dijual melalui perantara dengan maksud untuk menekan biaya pencapaian pasar yang luas dan menyebar. Dapat dikatakan bahwa hampir seluruh barang konsumsi, distribusinya melalui pedagang besar dan pengecer, ataupun pengecer saja.

Sebagai salah satu komponen dari distribusi, lokasi memiliki peranan yang penting dalam proses pengenalan lingkungan eksternalnya. Sebuah lokasi yang strategis, mudah dilihat, tidak sulit ditemukan dan terjangkau akan sangat membantu dalam proses pemasaran sebuah produk atau jasa suatu usaha kecil. Dengan lokasi yang sering dilewati atau didatangi suatu produk dan jasa akan berpeluang lebih sering dan lebih banyak dibeli oleh konsumen sehingga hal ini mempengaruhi terhadap keuntungan suatu usaha tersebut dibandingkan produk yang berada ditempat lain yang susah dijangkau.

Menurut Gugup Kismono, saluran distribusi merupakan jalur atau keseluruhan perantara pemasaran yang dilalui barang dan jasa dari produsen ke

<sup>3</sup> Arif Yusuf Amali, *Pemahaman Strategi & Kewirausahaan*, (Jakarta: Kencana, 2016), h.



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

pemakai industri dan konsumen, termasuk didalam adalah sikap seorang produsen dalam suatu perusahaan terhadap hasil produksinya tidak hanya terbatas dalam melepaskan barang dari gudangnya, melainkan harus pandai-pandai melihat peluang yang ada untuk mendistribusikan produknya, tidak hanya pasar lokal atau nasional tetapi juga internasional. Distribusi bagian yang mempertimbangkan cara penyampaian produk-produk dari produsen kekonsumen.<sup>4</sup>

Mengingat luasnya daerah pemasaran dan sasaran penjualan yang dituju oleh perusahaan maka dibutuhkan saluran distribusi yang baik dan tentunya memadai. Adapun saluran distribusi yang baik apabila penyebaran produk serta jangkauan ke daerah pemasaran semakin luas. Semakin baiknya strategi distribusi yang digunakan oleh produsen terhadap konsumen, maka akan semakin banyak konsumen yang direbut.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang membahas hal serupa dengan penelitian kali ini. Penelitian pertama skripsi yang ditulis oleh Abd. Rasyid mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, pada tahun 2018. “Strategi Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Survey pada Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta)”. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Objek yang diambil dari penelitian ini yaitu strategi dalam memilih lokasi usaha serta kendala yang ditemukan dalam memilih lokasi usaha. Teknik yang

<sup>4</sup> Darni, *Pengantar Bisnis*, (Pekanbaru: Benteng Media, 2014), h. 97.



Hak Cipta Dilindungi 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.

digunakan dalam pengambilan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang batik di Pasar Beringharjo dalam penerapan strategi distribusi menggunakan strategi yang mempertimbangkan kepadatan pengunjung, strategi yang memperhatikan akses yang mudah dan nyaman untuk dilalui, strategi yang mempertimbangkan faktor lingkungan yang dekat dengan area yang mendukung, strategi yang mempertimbangkan biaya sewa kios yang murah, dan strategi yang memilih lokasi kios yang luas.

Sedangkan kendala yang dihadapi dalam memilih lokasi yaitu kendala akses dan jalan yang susah dilalui, kendala karena sewa ruko yang mahal, kendala adanya aturan pemerintah yang kurang sesuai, pesaing yang semakin banyak, kesulitan dalam pemasokan barang, dan jauh dari tempat parkir.

Penelitian kedua skripsi yang ditulis oleh Oky Ardiyanta mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta, pada tahun 2013. “Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Salama Nusantara”. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dengan teknik dokumentasi, wawancara dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang selama ini diterapkan pada PT. Salama Nusantara ada dua, yaitu strategi distribusi intensif dan selektif. Kendala yang dihadapi oleh PT. Salama Nusantara dalam melaksanakan strategi distribusi adalah kurangnya jaringan atau mitra kerja



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

dalam memasarkan produknya, penyampaian barang ke konsumen akhir tidak tepat waktu, sulitnya memprediksi kebutuhan pasar akan produk yang dihasilkan dan sulitnya memonitoring saluran distribusi yang sedang berjalan di lapangan. Strategi yang diterapkan PT. Salama Nusantara tidak semuanya tepat sasaran. Strategi distribusi yang tepat bagi PT. Salama Nusantara untuk meningkatkan volume penjualan adalah strategi intensif.

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Abd. Rasyid mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “Strategi Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Survey pada Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta)”. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Objek yang diambil dari penelitian ini yaitu strategi dalam memilih lokasi usaha serta kendala yang ditemukan dalam memilih lokasi usaha. Teknik yang digunakan dalam pengambilan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang batik di Pasar Beringharjo dalam penerapan strategi distribusi menggunakan strategi yang mempertimbangkan kepadatan pengunjung, strategi yang memperhatikan akses yang mudah dan nyaman untuk dilalui, strategi yang mempertimbangkan faktor lingkungan yang dekat dengan area yang mendukung, strategi yang mempertimbangkan biaya sewa kios yang murah, dan strategi yang memilih lokasi kios yang luas.





Sedangkan kendala yang dihadapi dalam memilih lokasi yaitu kendala akses dan jalan yang susah dilalui, kendala karena sewa ruko yang mahal, kendala adanya aturan pemerintah yang kurang sesuai, pesaing yang semakin banyak, kesulitan dalam pemasokan barang, dan jauh dari tempat parkir.<sup>5</sup>

Penelitian kedua penelitian yang dilakukan oleh Oky Ardiyanta mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta dengan judul “Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Salama Nusantara”. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dengan teknik dokumentasi, wawancara dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang selama ini diterapkan pada PT. Salama Nusantara ada dua, yaitu strategi distribusi intensif dan selektif. Kendala yang dihadapi oleh PT. Salama Nusantara dalam melaksanakan strategi distribusi adalah kurangnya jaringan atau mitra kerja dalam memasarkan produknya, penyampaian barang ke konsumen akhir tidak tepat waktu, sulitnya memprediksi kebutuhan pasar akan produk yang dihasilkan dan sulitnya memonitoring saluran distribusi yang sedang berjalan di lapangan. Strategi yang diterapkan PT. Salama Nusantara tidak semuanya tepat sasaran. Strategi distribusi yang tepat bagi PT. Salama Nusantara untuk meningkatkan volume penjualan adalah strategi intensif.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Abd. Rasyid, (*Strategi Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Survey pada Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta)*), (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018), h. X.

<sup>6</sup> Oky Ardiyanta, *Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Salama Nusantara*, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2013), h. vii.

Hak Cipta Dilindungi 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.



Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Septy Adelia mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan judul “Analisis Strategi Saluran Distribusi pada PT. Rajawali Nusindo”. Penelitian ini menggunakan metode Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Pengambilan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik wawancara yang bersifat *Indepth interview*, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Dalam menyalurkan produknya ke konsumen, strategi yang dilakukan oleh perusahaan adalah strategi intesif dan jenis yang saluran distribusinya adalah saluran distribusi tidak langsung, menggunakan evaluasi analisis 3C, yaitu *coverage the market*, *control*, dan *cost* menunjukkan bahwa dari sisi pangsa pasar, harga dan kualitas perusahaan mampu mempertahankan klasifikasi cabang dan meningkatkan hasil penjualan perusahaan.<sup>7</sup>

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa distribusi sangat penting untuk dilakukan. Distribusi yang baik dapat meningkatkan volume penjualan. Distribusi sangat penting dilakukan untuk setiap usaha yang dijalankan baik usaha seperti perdagangan, pertanian, peternakan dan penindustrian.

Melimpahnya hasil perikanan yang ada di Indonesia, yaitu dari hasil perikanan air laut dan hasil perikanan air tawar membuat tingginya tingkat masyarakat dalam mengkonsumsi ikan. Hal tersebut membuat peluang usaha semakin terbuka, mulai dari usaha pembenihan, pembesaran hingga

<sup>7</sup> Septy Adelia, Analisis Strategi Saluran Distribusi pada PT. Rajawali Nusindo” (Sumatra Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019), h. ii

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syaif Kasim Riau

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.



pengolahan hasil perikanan. Ikan air tawar adalah ikan yang habitatnya hidup di perairan tawar yang diperoleh dengan cara menangkap di perairan lepas atau bisa diperoleh dengan cara dibudidayakan.

Program budidaya perikanan air tawar di Indonesia terutama diprioritaskan untuk meningkatkan produktifitas melalui pemberdayaan masyarakat, peningkatan nilai tambah dan mutu produk serta pemasaran, menciptakan iklim usaha yang kondusif, peningkatan dan pengembangan kemitraan usaha dan peningkatan kapasitas kelembagaan.

Budidaya ikan air tawar relatif mudah, petani hanya membutuhkan media budidaya ikan air tawar. Media budidaya ikan air tawar dapat menggunakan keramba jaring apung, kolam, maupun mina padi. Kolam adalah salah satu media budidaya ikan air tawar yang cukup banyak digunakan. Namun dengan investasi yang besar, media kolam dapat mengurangi resiko kehilangan ikan dibandingkan keramba jaring apung dan mina padi.

Salah satu ikan yang banyak dibudidayakan adalah ikan patin. Hal ini diakibatkan oleh rasa daging ikan patin yang enak, lezat, gurih, dan teksturnya yang lebih sedikit kenyal. Selain itu harga ikan patin yang relatif terjangkau membuat masyarakat gemar mengkonsumsi ikan jenis ini.

Ikan patin sangat cocok untuk diolah menjadi berbagai macam produk berbasis surimi yang trend pasarnya semakin meningkat. Jadi ikan patin tidak hanya dipasarkan dalam bentuk ikan segar tapi juga dalam bentuk berbagai olahan dari ikan patin.

#### Hak Cipta Dilindungi 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 Dilindungi 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.

Untuk budidaya ikan patin itu sendiri ada salah satu daerah Indonesia yang telah cukup lama dalam mengembangkan budidaya patin yang letaknya diprovinsi Riau yaitu Desa Koto Mesjid, Kabupaten Kampar. Desa Koto Mesjid dikenal sebagai Kampung Patin yang terletak di Kecamatan XIII Koto Kampar dan Desa ini memiliki potensi perikanan melalui usaha budidaya kolam seluas lebih kurang 230 Ha dari luas wilayah keseluruhan desa tersebut 425,5 Ha. Ikan patin merupakan salah satu ikan yang utama dibudidayakan di Desa Koto Mesjid dengan jumlah produksi ikan patin mencapai lebih kurang 6 ton per hari atau sekitar 2.190 ton pertahun dengan jumlah kolam dengan total luas sebesar 52 Ha (Dinas Perikanan Kabupaten Kampar, 2013).

Usaha olahan ikan patin di Desa Koto Mesjid berdiri pada bulan Februari tahun 2007. Usaha ini dikelola oleh salah seorang warga asli Desa Koto Mesjid dan pekerjanya juga berasal dari warga setempat yang mana pekerjanya terdiri dari tiga orang. Penjualan olahan ikan patin ini melalui beberapa cara yaitu dilakukan dengan penjualan langsung di tempat olahan dan melalui agen.<sup>8</sup> Beberapa produk olahan ikan patin dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

<sup>8</sup> Wawancara, Neni, *Pengelola Graha Pratama Fish*, di Desa Koto Mesjid, pada tanggal 17 November 2019.

- Hak Cipta Dilindungi 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.

**Tabel 1.1**  
**Daftar produk olahan ikan patin**

No.	Nama Menu	Harga
1.	Fillet	Rp. 20.000
2.	Bakso Ikan Rebus	Rp. 20.000
3.	Kaki Naga	Rp. 20.000
4.	Ikan Asin Patin	Rp. 20.000
5.	Kripik Kulit Patin	Rp. 20.000
6.	Abon Ikan	Rp. 20.000
7.	Nugget Ikan sayur	Rp. 20.000
8.	Nugget Ikan Stick	Rp. 20.000
9.	Batagor Patin	Rp. 20.000

Sumber : Graha Pratama Fish

Berdasarkan Tabel 1.1 pemilik usaha menetapkan harga yang sama untuk semua produk olahan patin.

Olahan Ikan Patin Graha Pratama Fish ini sudah didistribusikan di beberapa wilayah yang ada di Provinsi Riau, seperti Rokan Hulu, Indragiri hulu dan Bengkalis. Untuk pendistribusian produk pemilik usaha hanya mendistribusikan 6 varian produk saja. Untuk jumlah produk yang didistribusikan dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut.

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Pendistribusian Produk Per Tahun**

No.	Produk	Tahun			
		2016	2017	2018	2019
1	Nugget	1.560pcs	2.040pcs	3.000pcs	3.300pcs
2	Bakso Goreng	1.200pcs	1.680pcs	2.160pcs	2.592pcs
3	Kaki Naga	1.800pcs	2.160pcs	2.640pcs	3.168pcs
4	Nugget ikan Sayur	1.560pcs	2.280pcs	2.760pcs	3.174pcs
5	Bakso ikan Goreng	1.320pcs	2.160pcs	2.880pcs	3.139pcs
6	Bakso ikan Rebus	1.440pcs	1.800pcs	2.040pcs	2.346pcs

Sumber: Graha Pratama fish



Berdasarkan Tabel 1.2 jumlah pendistribusian produk menunjukkan bahwa setiap tahunnya volume penjualan di Graha Pratama Fish mengalami peningkatan. Distribusi produk dibantu dengan adanya agen non resmi. Tidak adanya kontrak kerja antara pemilik usaha dengan agen resmi kemungkinan akan membuat pendistribusian produk mengalami kesulitan karena tidak adanya jaminan dalam pendistribusian produk. Distribusi produk menggunakan agen resmi atau agen khusus yaitu perusahaan menggunakan perwakilan orangnya untuk berurusan dengan berbagai lini produk dari perusahaan untuk berhubungan dengan pedagang grosir atau pengecer.<sup>9</sup> Pemilik Graha Pratama Fish tidak memiliki agen resmi untuk mendistribusikan ke daerah-daerah. Jarak tempuh lokasi usaha dengan perkotaan memakan waktu 1 hingga 2 jam.<sup>10</sup>

Dari latar belakang dan fenomena perkembangan sistem distribusi yang ada, membuat penulis sangat tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut kedalam penelitian ini. Hal ini menimbulkan satu alasan yang penting mengapa peneliti harus membahas pada penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti memilih judul “Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Masjid Kabupaten Kampar).”

<sup>9</sup> Farida Akbar, *Pengantar Bisnis*, (Malang: UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema, 2019), h.111.

<sup>10</sup> *Wawancara*, Neni, Pengelola Graha Pratama Fish, di Desa Koto Masjid, pada tanggal 17 November 2019.

Hak Cipta Dilindungi 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi 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.

## B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dibicarakan, maka penulis membatasi permasalahan pada Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupaten Kampar). Pada periode 2016 -2018.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupaten Kampar?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupaten Kampar?

## D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupaten Kampar.



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

- b. Mengetahui tinjauan Ekonomi Syariah terhadap Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupaten Kampar.

## 2. Manfaat Penelitian

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis terhadap permasalahan yang diteliti.
- b. Sebagai sumbangan penulis untuk para pembaca dan peneliti lainnya, khususnya dalam permasalahan penelitian yang sejenis.
- c. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada program SI Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## E. Metode Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Penelitian ini dilakukan di Desa Koto Masjid Kabupaten Kampar.

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

#### a. Subjek penelitian

Menurut Amirin subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin memperoleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi





## Hak Cipta Dilindungi 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.

tentang situasi dan kondisi latar penelitian.<sup>11</sup> Subjek penelitian ini adalah pemilik usaha dan karyawan Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupaten Kampar.

b. Objek penelitian

Sesuatu yang dikenai penelitian atau sesuatu yang diteliti.<sup>12</sup> Objek penelitian ini adalah Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupaten Kampar.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.<sup>13</sup> Sampel adalah sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.<sup>14</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha yang berjumlah 2 orang dan 3 orang karyawan Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupaten Kampar.

Karena populasinya berjumlah 5 orang, maka penulis mengambil sampel dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi.

<sup>11</sup> Muh. Fitrah, *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas dan studi kasus*, (Jawa Barat: CV Jejak (Jejak Publisher), 2018), h.152.

<sup>12</sup> Muslich Ansori, *Metode penelitian kuantitatif edisi 2*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2020), h. 115.

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2010), h. 115.

<sup>14</sup> Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), h. 44.



## 4. Penelitian Terdahulu

**Tabel 1.3**  
**Penelitian Tedahulu**

No.	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1.	Abd. Rasyid (2018)	Strategi Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Survey pada Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Yoyakarta)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang batik di Pasar Beringharjo dalam penerapan strategi distribusi menggunakan strategi yang mempertimbangkan kepadatan pengunjung, strategi yang memperhatikan akses yang mudah dan nyaman untuk dilalui, strategi yang mempertimbangkan faktor lingkungan yang dekat dengan area yang mendukung, strategi yang mempertimbangkan biaya sewa kios yang murah, dan strategi yang memilih lokasi kios yang luas.
2.	Okky Ardiyanta (2013)	Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Salama Nusantara	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang selama ini diterapkan pada PT. Salama Nusantara ada dua, yaitu strategi distribusi intensif dan selektif. Strategi yang diterapkan PT. Salama

## Hak Cipta Dilindungi 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 Dilindungi 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.

			Nusantara tidak semuanya tepat sasaran. Strategi distribusi yang tepat bagi PT. Salama Nusantara untuk meningkatkan volume penjualan adalah strategi intensif
3.	Septy Adelia (2019))	Analisis Strategi Saluran Distribusi pada PT. Rajawali Nusindo	Hasil dari penelitian ini adalah Dalam menyalurkan produknya ke konsumen, strategi yang dilakukan oleh perusahaan adalah strategi intensif dan jenis yang saluran distribusinya adalah saluran distribusi tidak langsung, menggunakan evaluasi analisis 3C, yaitu <i>coverage the market, control, dan cost</i> menunjukkan bahwa dari sisi pangsa pasar, harga dan kualitas perusahaan mampu mempertahankan klasifikasi cabang dan meningkatkan hasil penjualan perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang penulis temukan, belum ditemukan judul yang sama dengan yang penulis lakukan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Abd. Rasyid yaitu Abd. Rasyid lebih berfokus pada faktor pendukung distribusi yaitu lokasi, sedangkan penulis tidak hanya berfokus pada lokasi saja. Yang kedua perbedaan penelitian ini dengan penelitian Oky Ardiyanta yaitu, Oky Ardiyanta menggunakan strategi distribusi intensif dan selektif. Sedangkan penelitian



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

penulis menggunakan strategi distribusi eksklusif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Septy Adelia yaitu, Septy Adelia Strategi distribusinya menggunakan staregi distribusi intensif. Sedangkan penelitian penulis menggunakan strategi distribusi eksklusif.

#### 5. Sumber Data

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau sumber pertama yang secara umum disebut narasumber.<sup>15</sup>
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui sumber-sumber lain atau sumber kedua yang bukan dari sumber aslinya.<sup>16</sup> Bisa dari berbagai instansi yang terkait dan berhubungan dengan penelitian ini seperti keadaan geografis daerah penelitian dan data lainnya yang mendukung penelitian ini, dan dari literature-literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### 6. Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi adalah melakukan pengamatan dan pencatatan suatu objek, secara sistematis fenomena yang diselidiki. Observasi dapat dilakukan sesaat atau berulang kali.<sup>17</sup> Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan mengamati pendistribusian yang dilakukan Graha Pratama Fish.

<sup>15</sup> Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 32.

<sup>16</sup> Helaluddin, *Analisis Data Kualit: Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffari, 2019), h. 74.

<sup>17</sup> Sukandarrumidi, *Dasar-Dasar Penulisan Proposal Penelitian*, (Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas press, 2014), Cet- 2, h. 35.



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

- b. Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.<sup>18</sup> Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan tanya jawab langsung dengan pihak Graha Pratama Fish.
- c. Dokumentasi yaitu kumpulan atau jumlah signifikan dari bahan tertulis ataupun film, berupa data yang akan ditulis, dilihat, disimpan, dan digulirkan dalam penelitian, yang dipersiapkan karena adanya permintaan seseorang peneliti yang rinci dan mencakup segala keperluan data yang diteliti baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian.<sup>19</sup> Dokumentasi dalam penelitian ini diperoleh dari data-data penjualan dan pendistribusian di Graha Pratama Fish dan buku, serta karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian.

#### 7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif kualitatif yaitu menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Dimana peneliti ingin mengetahui

<sup>18</sup> Emzir, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Wali Pers, 2011), h. 3.

<sup>19</sup> Albi Anggito, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV Jejak (Jejak Publisher), 2018), h.145.



bagaimana distribusi yang diterapkan Graha Pratama Fish di Desa Koto Masjid Kab.Kampar Kec. XIII Koto Kampar.

## F. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian dimulai dari bab pertama yaitu pendahuluan.

Pada bab ini dikemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

Selanjutnya pada bab kedua adalah gambaran umum lokasi penelitian. Dalam bab ini penulis menerangkan tentang gambaran umum daerah penelitian yang meliputi Keadaan geografis dan geografi wilayah, ekonomi dan sosial budaya, sejarah singkat Graha Pratama Fish, visi dan misi Graha Pratama Fish, dan struktur organisasi Graha Pratama Fish.

Pada bab ketiga dibahas landasan teori yang berkaitan dengan penelitian. Seperti pengertian strategi, pengertian distribusi, pengertian strategi distribusi, indikator yang mempengaruhi distribusi, tinjauan ekonomi syariah tentang strategi distribusi, pengertian penjualan, pengertian volume penjualan, faktor yang mempengaruhi volume penjualan, dan tinjauan ekonomi syariah tentang volume penjualan.

Kemudian pada bab keempat membahas tentang strategi distribusi dalam meningkatkan volume penjualan menurut perspektif ekonomi Syariah (Studi pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Masjid Kabupaten Kampar).

Hak Cipta Dilindungi 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.

Pada bab terakhir dikemukakan kesimpulan dan saran-saran yang merupakan rekomendasi penulis dalam penelitian ini. Selanjutnya dilengkapi dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran penelitian.

#### Hak Cipta Dilindungi 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 II

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A. Keadaan Geografis dan Geografi Wilayah Desa Koto Masjid,

Desa Koto Masjid adalah salah satu desa yang terdapat di Kecamatan XIII Koto Kampar, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau Dengan luas Wilayahnya menurut pengukuran Kantor Desa Koto Desa Koto Masjid tersebut adalah 850 Ha. Desa Koto Masjid dengan curah hujan rata-rata 422 mm -447 mm/Tahun dan suhu rata-rata 25.9°C. Tinggi wilayah sejauh 70/80 meter dari pembukaan laut dengan kemiringan tanah 35°. <sup>20</sup>

Desa Koto Masjid ini terdiri dari empat dusun, delapan Rukun Warga, dan delapan belas Rukun Tetangga, dengan batas wilayah sebagai berikut:

1. Sebelah Timur Desa Koto Masjid berbatasan Desa Silam Kecamatan Bangkinang Barat.
2. Sebelah selatan Desa Koto Masjid berbatasan dengan Desa Merangin kecamatan Bangkinang Barat.
3. Sebelah Barat Desa Koto Masjid berbatasan dengan Desa Pulau Gadang Kecamatan XIII Koto Kampar.
4. Sebelah Utara Desa Koto Masjid berbatasan dengan Desa Batu Langka Kecamatan Bangkinang Barat. <sup>21</sup>

<sup>20</sup> Monografi Desa Koto Masjid, <https://kamparkab.bps.go.id/>, di akses pada tanggal 10 Juli 2021.

<sup>21</sup> <https://kamparkab.bps.go.id/>, di akses pada tanggal 10 Juli 2021.





#### Hak Cipta Dilindungi 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.

## B. Ekonomi dan Sosial Budaya Desa Koto Masjid

Desa Koto Masjid adalah Desa Transmigrasi akibat dari pembangunan waduk PLTA Koto Panjang. Kondisi ekonomi masyarakatnya secara kesat mata terlihat jelas perbandingannya antara rumah tangga yang berkategori miskin, sangat miskin, sedang, dan kaya. Apalagi dengan adanya kepala keluarga (KK) yang tidak memiliki lahan perkebunan sebagai sumber mata pencarian utama. Hal ini disebabkan sebagian kepala keluarga (KK) tersebut tidak mendapatkan jatah lahan perkebunan dan perumahan dari pemerintah, seperti kepala keluarga yang menikah setelah pindah di lokasi desa transmigrasi (Desa Koto Masjid). Sehingga mata pencariannya di sektor-sektor usaha yang berbeda-beda pula, ada yang bergerak dibidang usaha sektor non formal, seperti buruh bangunan, buruh tani, petani perkebunan karet, petani ikan, nelayan, dan sebagian kecil di sektor formal seperti PNS, tenaga honorer, tenaga medis, TNI/Polri, dan lain-lain.<sup>22</sup>

Desa Koto Masjid mayoritas berasal dari penduduk tempatan, sehingga tradisi musyawarah untuk mufakat, gotong royong, dan kearifan sudah dilakukan oleh masyarakat terdahulu, dan hal tersebut secara efektif dapat menghindarkan adanya benturan-benturan antar masyarakat. Suku masyarakat

<sup>22</sup> Dokumentasi kantor desa koto mesjid, <https://kamparkab.bps.go.id/>, di akses pada tanggal 10 Juli 2021.



Hak Cipta Dilindungi 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.

adalah melayu Dengan kondisi yang homogen ini, pola kekerabatan masyarakat sangat baik, sehingga meminimalisir terjadinya konflik.<sup>23</sup>

### C. Sejarah Singkat Graha Pratama Fish

Pada tahun 2002 mulanya Pak Suhaimi memulai usaha pada pembenihan patin, seiring berjalannya waktu usaha pembenihan ikan patin mulai berkembang, Pak Suhaimi Adalah warga Desa Koto Masjid Kecamatan XIII Koto Kampar, sehingganya pada tahun 2004 mulailah bapak beliau mendirikan sebuah yang bernama Graha Pratama Fish. Lokasi usaha terletak di Desa Koto Masjid Kecamatan XIII Koto kampar Provinsi Riau.<sup>24</sup>

Pada tahun 2006 Graha Pratama Fish mulai mengembangkan usahanya yang dimulai dari produk olahan nugget dan bakso. Dengan adanya pasar permintaan yang baik pengusaha melakukan pengolahan tersebut sehingga jumlah produk yang diolah mulai mengalami peningkatan. Seiring berjalan waktu Pak Suhaimi terus mengembangkan berbagai produk olahan tersebut mulai mengalami penurunan, sehingga kurangnya penjualan terhadap pasar pemasok karena banyaknya produsen lain yang mempunyai produk olahan tersendiri.

Pada tahun 2016 Graha Pratama fish ini menambah variasi produk yaitu fillet ikan. Hingga pada saat ini Graha Pratama Fish hanya fokus pada usaha pengolahan fillet ikan patin, akan tetapi juga fokus pada usaha pembenihan dan pembesaran ikan patin, serta pembuatan pakan ikan.

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Wawancara, Suhaimi, *Pemilik Usaha Graha Pratama Fish*, di Desa Koto Mesjid, pada tanggal 17 November 2019



Hak Cipta Dilindungi 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifur Razi Kasim Riau

Usaha pengolahan ikan patin ini merupakan usaha perikanan yang mempunyai surat izin usaha perikanan yang didapatkan dari Dinas Perikanan Kabupaten Kampar. Graha Pratama Fish dalam pengolahannya masih menggunakan teknologi yang tergolong tradisional, akan tetapi mempunyai bahan baku yang tentu mudah untuk didapatkan.<sup>25</sup>

#### D. Visi dan Misi Graha Pratama Fish

##### 1. Visi

Mewujudkan Graha Pratama Fish sebagai sentra pengolahan ikan patin yang ada di Riau serta sebagai wadah pengembangan usaha perikanan terpadu dan dapat meningkatkan kesejahteraan kelompok khususnya dan masyarakat desa umumnya.<sup>26</sup>

##### 2. Misi

- a. Mengembangkan dan mendayagunakan sumber daya perikanan yang berkelanjutan dan bertanggungjawab.
- b. Memberdayakan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pembudidaya ikan patin serta memperluas lapangan dan kesempatan kerja.
- c. Mengembangkan produk-produk terkait ikan patin yang berdaya saing melalui peningkatan teknologi inovatif sehingga menghasilkan produk dengan kualitas terbaik.<sup>27</sup>

<sup>25</sup> Wawancara, Suhaimi, *Pemilik Usaha Graha Pratama Fish*, di Desa Koto Mesjid, pada tanggal 17 November 2019.

<sup>26</sup> *Ibid.*

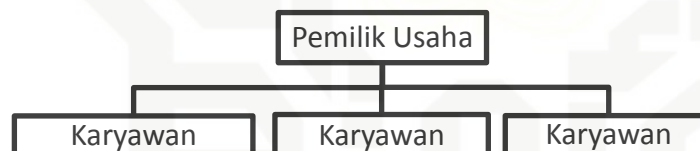
<sup>27</sup> *Ibid.*

## E. Struktur Organisasi Graha Pratama Fish

Struktur organisasi merupakan gambaran umum perusahaan, struktur organisasi memperlihatkan tingkatan-tingkatan dalam suatu organisasi yang memberikan perintah, menjalankan, melaksanakan, serta siapa yang memutuskan kebijaksanaan dan lain-lain. Pada usaha Graha Prtama Fish mempunyai struktur organisasi sederhana dimana hanya terdapat pemilik sebagai ketua organisasi dan 3 orang karyawan.

Dalam menjalankan aktivitas produksi dan distribusi pada usaha Graha Pratama Fish, Suhaimi selaku pemilik usaha menjelaskan pembagian pekerjaan dan tugas setiap karyawan usaha Graha Pratama Fish seperti yang dijelaskan di bawah ini:

**Tabel 2.1**  
**Struktur Organisasi Graha Pratama Fish**



Dengan uraian tugas antara lain:

1. Pemilik Usaha:
  - a. Bertanggungjawab atas bahan baku produksi.
  - b. Melakukan cek stok bahan baku produksi yang ada di gudang.
  - c. Mengontrol setiap kegiatan produksi dan distribusi.
  - d. Memberikan arahan kepada bawahan agar mencapai target dan menunjang peningkatan penjualan.

#### Hak Cipta Dilindungi 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. Karyawan

Pengertian karyawan dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* adalah orang yang bekerja pada suatu lembaga kantor, perusahaan dan sebagainya dengan mendapat gaji atau upah. Sedangkan karyawan menurut hasibuan adalah penjual jasa (pikiran dan tenaga) dan mendapatkan kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu.<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Muhdar, *Manajemen SDM: Teori dan Aplikasi pada Bank Umum Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2021), hlm. 214.

Hak Cipta Dilindungi 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 III

### TINJAUAN TEORITIS

#### A. Strategi Distribusi

##### 1. Pengertian Strategi

Menurut *Clauswitz* definisi strategi adalah seni pertempuran untuk memenangkan perang. Strategi secara umumnya didefinisikan sebagai cara mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.<sup>29</sup> Menurut *Swastha* strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan.<sup>30</sup>

Strategi merupakan suatu yang direncanakan yang disatukan, luas, dan berintegrasi yang di buat untuk memanfaatkan keunggulan strategis dan dapat menghadapi tantangan lingkungan. Strategi dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Pembentukan strategi dalam organisasi dipengaruhi oleh unsur-unsur yang berkaitan dengan lingkungan, arah, kondisi, tujuan, dan sasaran yang menjadi dasar budaya organisasi.<sup>31</sup>

Dalam konteks bisnis, strategi dapat diartikan gambaran arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan menjadi pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi. Menurut *Jain* dalam

---

<sup>29</sup> Arif Yusuf Amali, *Pemahaman Strategi & Kewirausahaan*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 16.

<sup>30</sup> Nurahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*, (Pekanbaru: Suska Pers, 2012), h. 86.

<sup>31</sup> Taufiq Amir, *Manajemen Strategi, Konsep, dan Aplikasi*, (Bandung: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 17.



Hak Cipta Dilindungi 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sulthan Hassan Kasim Riau

Tjiptono dan Diana pada umumnya, suatu organisasi bisnis membutuhkan strategi apabila berada dalam beberapa situasi berikut:

- a. Sumber daya (manusia, modal, bahan baku, teknologi, waktu, dan lain-lain) yang dimiliki terbatas.
- b. Ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi.
- c. Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi.
- d. Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu.
- e. Ada ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif.<sup>32</sup>

## 2. Pengertian Distribusi

Kata distribusi berasal dari bahasa Inggris yaitu *distribute* yang mana mempunyai arti pembagian atau penyaluran. Secara terminologi distribusi berarti penyaluran, pembagian atau pengiriman kepada beberapa orang atau tempat. Menurut Afzalur Rahman yang dimaksud dengan distribusi adalah suatu cara di mana kekayaan disalurkan atau dibagikan ke beberapa faktor produksi yang memberikan kontribusi individu-individu, masyarakat maupun negara. Dari perspektif lain dalam dunia usaha (ekonomi riil) kegiatan distribusi dapat juga diartikan sebagai usaha melancarkan penyebaran sumber daya sehingga kesejahteraan dapat merata dirasakan.<sup>33</sup>

Distribusi memegang peranan penting dalam menjamin produk yang dipasarkan supaya produk tersebut tersedia secara merata di setiap wilayah.

<sup>32</sup> Zulkarnaen Oky Halim, *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo)*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), h. 18.

<sup>33</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2 (Pasar, Perdagangan, Manajemen, Produksi, Konsumsi, Institusi, Keuangan, dan Kontribusi)*, (Riau: Al-Mujtahadah Press, 2014), h.101.



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

Perusahaan manufaktur yang sedang mengalami pertumbuhan memanfaatkan distributor untuk pendistribusian produk mereka. Cara ini lebih efektif dan efisien dan dapat mengurangi biaya distribusi yang tinggi jika mendirikan cabang sendiri.<sup>34</sup>

Peran utama dari fungsi distribusi adalah untuk memastikan bahwa produk yang tepat tersedia pada waktu yang tepat. Ini menunjukkan pengelolaan distribusi mulai dari sumber pasokan awal hingga terakhir ke konsumen.<sup>35</sup>

### 3. Pengertian Strategi Distribusi

Strategi distribusi merupakan bermacam kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produk lebih mudah diperoleh atau tersedia untuk pasar sasaran. Variabel-variabel dari faktor distribusi adalah saluran, daya jangkau, lokasi, persediaan dan transportasi. Strategi distribusi yang dapat ditempuh terdiri dari pemasaran langsung, melalui distributor atau agen.<sup>36</sup>

Untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibutuhkan strategi distribusi yang tepat untuk menyalurkan barang atau jasa dagangannya ke tangan konsumen. Berikut ini adalah metode distribusi yang dapat dipilih oleh suatu perusahaan bisnis untuk memaksimalkan laba:

<sup>34</sup> Mikael Hang Suryanto, *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2016), h. 2.

<sup>35</sup> Mikael Hang Suryanto, *Riset dan Analisis Saluran Distribusi*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2017), h. 6.

<sup>36</sup> Widarto Rachbini, *Penerapan Metoda Analytical Hierarchi Process pada Strategi Pemasaran Produk*, (Banten: CV. AA. Rizky, 2019), h. 18.





#### Hak Cipta Dilindungi 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.

#### a) Strategi Distribusi eksklusif

Perusahaan membuat perjanjian dengan sebuah perusahaan distributor atau saluran pemasaran atau toko tertentu untuk memasarkan produk-produknya. Perusahaan seringkali hanya menentukan satu saluran pemasaran untuk mendistribusikan produknya. Hal tersebut bertujuan agar perusahaan dapat sepenuhnya mengendalikan dan mengawasi pelayanan prima dan kualitas dari produknya, serta dapat membangun citra kualitas produk eksklusif. Distribusi eksklusif mengharuskan kerjasama kuat antara produsen dan saluran pemasaran untuk mempertahankan eksklusifme antara dari barang yang didistribusikan.

#### b) Strategi Distribusi Selektif

Distribusi selektif terdiri dari beberapa saluran pemasaran yang menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Jumlah saluran pemasaran yang menginginkan untuk mendistribusikan barang tersebut. Misalkan jumlah distributor yang bersedia untuk mendistribusikan barang tersebut adalah 100 perusahaan, tetapi produsen hanya menunjuk 10 perusahaan, maka dapat dikatakan bahwa produsen tersebut menggunakan strategi distribusii selektif.

#### c) Strategi distribusi intensif

Perusahaan menyalurkan produknya di banyak saluran pemasaran. Misalkan produk ditempatkan di sebanyak mungkin toko dengan tujuan



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

dapat meningkatkan penjualan dan ketersediaan produk di area yang seluas mungkin.<sup>37</sup>

#### 4. Faktor Yang Mempengaruhi Distribusi

Di dalam menentukan distribusi tentunya harus memikirkan beberapa faktor yang dapat berpengaruh pada saluran distribusi, untuk kelangsungan usaha kedepan. Adapun menurut Basu Swastha faktor yang mempengaruhi saluran distribusi tersebut adalah .<sup>38</sup>

##### a. Pertimbangan Pasar

Strategi distribusi sangat dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen, maka keadaan pasar sasaran merupakan faktor penentu dalam pemilihan saluran distribusi. Yang harus diperhatikan yaitu:

- 1) Konsumen atau pasar industri
- 2) Jumlah pembeli potensial
- 3) Konsentrasi pasar secara geografis
- 4) Jumlah pemesanan
- 5) Kebiasaan dalam pembelian.

##### b. Pertimbangan Barang

Yang harus dipertimbangkan dari segi produk antara lain:

- 1) Nilai unit
- 2) Besar dan berat barang
- 3) Mudah rusaknya barang
- 4) Sifat teknis

<sup>37</sup> Ujang sumawan, *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, (Bogor: IPB Press, 2019), h. 389.

<sup>38</sup> Basu Swatha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), h. 302



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

- 5) Barang standar dan pesanan
- 6) Luasnya *product line*
- c. Pertimbangan Perusahaan

Yang harus dipertimbangkan dari segi perusahaan antara lain:

- 1) Sumber pembelanjaan
- 2) Pengalaman dan kemampuan manajemen
- 3) Pengawasan saluran
- 4) Pelayanan yang diberikan oleh penjual
- d. Pertimbangan Perantara

Yang harus dipertimbangkan antara lain:

- 1) Pelayanan yang diberikan oleh perantara
- 2) Kegunaan perantara
- 3) Sikap perantara terhadap kebijakan produsen
- 4) Volume penjualan
- 5) Biaya

#### 5. Macam-macam Saluran Distribusi

Dalam memilih saluran distribusi yang tersedia perlu mempertimbangkan mana yang paling efektif dan efisien, sehingga produk dapat segera sampai ke konsumen. Langkah ini juga merupakan cara terbaik dalam membina hubungan dengan konsumen yang berujung pada terbangunnya loyalitas pelanggan. Dan ini tentu sudah masuk dalam peta strategi membangun loyalitas pelanggan yang punya benang merah dengan upaya mencari keuntungan jangka panjang yang berkelanjutan, karena



dengan loyalitas pelanggan itulah keuntungan yang berkesinambungan dapat diraih.<sup>39</sup>

Saluran distribusi dibedakan menjadi tiga macam, antara lain:

a. Saluran distribusi barang konsumsi

Ada beberapa alternatif saluran yang dapat dipakai. Biasanya, alternatif saluran tersebut didasarkan pada golongan barang konsumsi dan barang industri. Dalam penyaluran barang konsumsi yang ditujukan untuk pasar konsumen terdapat lima macam saluran. Pada setiap saluran, produsen mempunyai alternatif yang sama untuk menggunakan kantor dan cabang penjualan. Selanjutnya produsen juga dapat menggunakan lebih dari satu pedagang besar, sehingga barang-barang dapat mengalir dari satu pedagang besar ke pedagang besar lainnya. Jadi, dalam hal ini terdapat dua jalur perdagangan besar. Adapun macam-macam saluran distribusi konsumsi adalah:

1) Produsen-konsumen (saluran distribusi langsung)

Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang hal dihasilkannya melalui pos atau langsung mendatangi rumah

Hak Cipta Dilindungi 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.

<sup>39</sup> Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), h.



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

konsumen (dari rumah ke rumah). Oleh karena itu saluran ini disebut sebagai saluran distribusi langsung.<sup>40</sup>

#### 2) Produsen-pengecer-konsumen (saluran satu tingkat)

Seperti halnya dengan jenis saluran yang pertama (produsen - konsumen), saluran ini juga disebut sebagai saluran distribusi langsung. Disini, pengecer besar langsung melakukan pembelian pada produsen. Adapula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen. Namun alternatif yang terakhir ini tidak umum dipakai.

#### 3) Produsen-pedagang besar-pengecer-konsumen (saluran dua tingkat)

Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional. Disini, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

#### 4) Produsen-agen-pengecer-konsumen

Disini, produsen memilih agen (agen penjualan atau agen pabrik) sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.

<sup>40</sup> Basu Swastha, *Azas-azas Marketing* (Yogyakarta: Liberty Offset, 1996), h. 207.



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

#### 5) Produsen-agen-pedagang besar-pengecer konsumen

Dalam saluran distribusi, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlibat dalam saluran distribusi ini terutama agen penjualan.<sup>41</sup>

#### b. Saluran distribusi barang industri

Karena karakteristik yang ada pada barang industri berbeda dengan barang konsumsi, maka saluran distribusi yang dipakainya juga agak berbeda. Seperti halnya pada saluran distribusi barang konsumsi, saluran distribusi untuk barang industri juga mempunyai kemungkinan atau kesempatan yang sama bagi produsen untuk menggunakan kantor dan cabang penjualan. Kantor dan cabang penjualan ini dipakai untuk mencapai lembaga distribusi berikutnya. Ada empat macam saluran yang dapat digunakan untuk mencapai pemakai industri. Keempat macam saluran distribusi tersebut adalah:

#### 1) Produsen- pemakai industri

Saluran distribusi dari produsen ke pemakai industri ini merupakan saluran yang paling pendek, dan disebut sebagai saluran distribusi langsung. Biasanya saluran distribusi

---

<sup>41</sup> *Ibid.* h. 208

#### Hak Cipta Dilindungi 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.

langsung ini dipakai oleh produsen bilamana transaksi penjualan pada pemakai industri relatif cukup besar. Saluran distribusi semacam ini cocok untuk barang-barang industri seperti: lokomotif, kapal, pesawat terbang, dan sebagainya (yang tergolong jenis instalasi).

#### 2) Produsen-distributor industri-pemakai industri

Produsen barang-barang jenis perlengkapan operasi dan peralatan ekstra kecil dapat menggunakan distributor industri untuk mencapai pasarnya. Produsen lain yang dapat menggunakan distributor industri sebagai penyalurnya, antara lain: produsen bahan bangunan, produsen alat-alat untuk pembangunan, produsen alat pendingin udara (A.C), dan sebagainya.

#### 3) Produsen- agen- pemakai industri

Biasanya saluran distribusi semacam ini dapat dipakai oleh produsen yang tidak memiliki departemen pemasaran. Juga perusahaan yang ingin memperkenalkan barang baru atau ingin memasuki daerah pemasaran baru, lebih suka menggunakan agen.

#### 4) Produsen-agen-distributor industri-pemakai industri

Saluran distribusi ini dapat digunakan oleh perusahaan dengan pertimbangan antara lain bahwa unit penjualannya terlalu kecil untuk dijual secara langsung. Selain itu, faktor



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

penyimpanan pada saluran perlu dipertimbangkan pula. Dalam hal ini agen penunjang seperti agen penyimpanan sangat penting peranannya.<sup>42</sup>

c. Saluran distribusi untuk jasa Untuk jenis saluran distribusi jasa ada dua macam, yaitu:

#### 1) Produsen-konsumen

Karena jasa merupakan barang tidak berwujud maka proses produksi dan aktivitas penjualannya membutuhkan kontak langsung antara produsen dan konsumen. Tipe saluran langsung ini banyak dipergunakan oleh jasa-jasa professional, seperti akuntan, konsultan.

2) Produsen-agen-konsumen Penjualan jasa juga sering menggunakan agen sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, seperti jasa angkutan, travel dan sebagainya.<sup>43</sup>

## B. Distribusi Menurut Islam

Dalam perspektif Islam, konsep distribusi memiliki maksud yaitu peningkatan dan pembagian hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar di antara golongan tertentu saja.<sup>44</sup>

<sup>42</sup> *Ibid.*

<sup>43</sup> Danang Sunyoto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), h. 80.

<sup>44</sup> Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam: Sejarah, Teori, dan Konsep* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h. 186.





#### Hak Cipta Dilindungi 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.

Distribusi dalam ekonomi Islam mencakup pengaturan kepemilikan unsur-unsur produksi dan sumber-sumber kekayaan. Islam memperbolehkan kepemilikan umum dan kepemilikan khusus, meletakkan bagi masing-masing dari keduanya kaidah-kaidah untuk warisan, hibah, wasiat. Sebagaimana ekonomi Islam juga politik dalam distribusi pemasukan, baik antara unsur-unsur produksi maupun individu masyarakat dan kelompok-kelompoknya, disamping pengembalian distribusi dalam sistem jaminan sosial yang disampaikan dalam ajaran Islam.<sup>45</sup>

Distribusi dalam Islam merupakan penyaluran harta yang ada, baik dimiliki oleh pribadi atau umum kepada pihak yang berhak menerima yang diajukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Secara sederhana bisa digambarkan, kewajiban menyisihkan sebagian harta bagi pihak berkecukupan diyakini sebagai kompensasi atas kekayaannya dan disisi lain merupakan intensif untuk kekayaan pihak berkekurangan.

Islam memperbolehkan kepemilikan umum dan kepemilikan khusus dan meletakkan bagi masing-masingbagi keduanya kaidah-kaidah untuk mendapatkannya dan mempergunakannya, dan kaidah-kaidah untuk warisan, hibah dan wasiat. Ekonomi Islam juga memiliki politik dalam distribusi pemasukan, baik antara unsur-unsur produksi maupun antara individu masyarakat dan kelompok-kelompoknya, disamping pengembalian distribusi dalam sistem jaminan sosial yang disampaikan dalam ajaran Islam.

<sup>45</sup> Jaribah Bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar Al-Khathab* (Jakarta: Pustaka Al Kautsar Group 2006), Cet Ke 1, h. 212



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

Tujuan dasar Islam adalah mewujudkan kebahagiaan (falah) para pemeluknya di dunia dan di akhirat, serta untuk mewujudkan persaudaraan di antara para anggota masyarakat Muslim (ummah). Tujuan ini tidak dapat dicapai jika distribusi kekayaan di antara para anggota masyarakat Muslim berlangsung tidak adil, jurang antara si kaya dan si miskin amat lebar serta konflik antarkelas terjadi di masyarakat.<sup>46</sup>

Tujuan distribusi adalah mempertemukan kepentingan konsumen dan produsen dengan tujuan kemaslahatan umat. Ketika konsumen dan produsen memiliki motif utama yaitu memenuhi kebutuhan maka distribusi sepatutnya melayani kepentingan ini dan memperlancar segala usaha menuju pencapaian tujuan tersebut. Prinsip utama dalam konsep distribusi menurut pandangan Islam adalah peningkatan dan pembagian bagi hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar di antara golongan tertentu saja, teori distribusi diharapkan dapat mengatasi masalah distribusi pendapatan antara berbagai kelas dalam masyarakat.<sup>47</sup>

Kekayaan harus dikelola dan dibagi-bagikan kepada seluruh masyarakat dan tidak boleh kekayaan itu hanya terkonsentrasi peredarannya pada kelompok kelompok tertentu saja. Islam mengatur distribusi kepada semua masyarakat dan tidak menjadi komoditas di antara golongan kaya saja. Selain itu untuk mencapai pemerataan pendapatan kepada masyarakat secara

<sup>46</sup> Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 78.

<sup>47</sup> Isnaini Harahap, *et. al.*, *Hadis-hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2015), Cet Ke 1, h. 126.

objektif, Islam menekankan perlunya membagi kekayaan kepada masyarakat melalui kewajiban berzakat, mengeluarkan infaq serta adanya hukum waris dan wasiat. Aturan tersebut diberlakukan agar tidak terjadi konsentrasi harta sebagian kecil golongan saja.<sup>48</sup> Diterangkan Dalam Q.S. Al-Hasyr (59): 7.<sup>49</sup>

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ  
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ  
مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ  
إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: *Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya. (QS. Al-Hasyr: 7).*

Adapun landasan-landasan distribusi dalam Islam antara lain:<sup>50</sup>

### 1. Tauhid

Yaitu konsep ketuhanan yang Maha Esa, yang tidak ada yang wajib disembah kecuali Allah dan tidak ada pula yang menyekutukannya, konsep ini menjadi dasar segala sesuatu karena dari konsep inilah manusia menjalankan fungsinya sebagai hamba yang melakukan apa diperintahnya dan menjauhi larangannya. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah (Q.S Az- Zumar (39) : 38), yaitu:

<sup>48</sup> Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 40.

<sup>49</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Banten: Yayasan Pelayan Al-Qur'an Mulia), Q.S Al-Hasyr (56): 7, h. 546.

<sup>50</sup> <http://ukmsciemics.blogspot.com/2012/11/distribusi-dalam-islam.html>, di akses pada tanggal 7 Juli 2021.



## Hak Cipta Dilindungi 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.

وَلَيْنِ سَأَلْتَهُمْ مَنْ خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ لَيَقُولُنَّ اللَّهُ قُلْ أَفَرَأَيْتُمْ مَا تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ أَرَادَنِيَ اللَّهُ بِضُرٍّ هَلْ هُنَّ كَاشِفَاتُ ضُرِّهِ أَوْ أَرَادَنِيَ بِرَحْمَةٍ هَلْ هُنَّ مُمْسِكَاتُ رَحْمَتِهِ قُلْ حَسْبِيَ اللَّهُ عَلَيْهِ يَتَوَكَّلُ الْمُتَوَكِّلُونَ

Artinya: “Dan sesungguhnya jika kamu bertanya kepada mereka: “siapakah yang menciptakan langit dan bumi?” niscaya mereka akan menjawab, “Allah”. Katakanlah: “maka terangkanlah padaku tentang apa yang kamu seru selain Allah, jika Allah hendak mendatangkan kemudharatan padaku, apakah berhala-berhala itu akan menghilangkan kemadharatan itu, atau jika Allah akan memberikan rahmat kepadaku, apakah mereka dapat menahan rahmatnya?”, katakanlah: “cukuplah Allah bagiku.”<sup>51</sup>

## 2. Adil

Dalam Islam keadilan distribusi harus menjadi prioritas utama dalam pendistribusian pendapatan.<sup>52</sup> Konsep keadilan haruslah diterapkandalam mekanisme pasar untuk menghindari kecurangan yang dapat mengakibatkan kedzaliman bagi satu pihak. Firman Allah dalam surah (Al Muthafifin : 1-3), yaitu:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ {٢} وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُواهُمْ يُخْسِرُونَ {٣}

Artinya: “Celakalah bagi orang-orang curang (dalam menakar dan menimbang)!, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka meminta dicukupkan, dan apabila mereka menakar dan menimbang (untuk orang lain) mereka mengurangi,<sup>53</sup>

<sup>51</sup> Kementrian Agama RI, *Op.cit.* 462.

<sup>52</sup> Havis Aravik, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, (Depok: Kencana, 2017), h. 135.

<sup>53</sup> Kementrian Agama RI, *Loc. cit.*

## Hak Cipta Dilindungi 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. Kejujuran dalam bertransaksi

Syariat Islam sangat konsen terhadap anjuran dalam berpegang teguh terhadap nilai-nilai kejujuran dalam bertransaksi. Firman Allah dalam Surah (Al-Ahzab (33) : 70)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar”*.<sup>54</sup>

Sektor distribusi merupakan sektor yang terpenting dalam aktivitas perekonomian. Pelaku distribusi kini telah menjadi pelaku ekonomi dominan di samping konsumen dan produsen. Karena itu, menjadi penting melihat posisi sektor ini dalam mekanisme perekonomian menggunakan perpektif Islam, firman Allah SWT dalam Surah Hud (11) : 85 :

وَيَقَوْمٍ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya : *Syu'aib berkata: “Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah merugikan manusia terhadap hak-hak mereka, dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan”*.<sup>55</sup>

Fungsi distribusi dalam aktivitas ekonomi pada hakikatnya mempertemukan kepentingan konsumen dan produsen-produsen dengan tujuan kemaslahatan umat. Ketika konsumen dan produsen memiliki motif utama memenuhi kebutuhan, distribusi sepatutnya melayani kepentingan ini dan memperlancar segala usaha menuju ke arah motif dan tujuan ini.

<sup>54</sup> *Ibid.*

<sup>55</sup> *Ibid.*, h. 231



## Hak Cipta Dilindungi 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.

Adapun bentuk-bentuk distribusi yang dilarang oleh Islam adalah:

a. Penimbunan

Di dalam Islam melarang penimbunan atau hal-hal yang menghambat pendistribusian barang sampai ke konsumen. Menimbun adalah membeli barang dalam jumlah yang banyak kemudian menyimpannya dengan maksud untuk menjualnya dengan harga tinggi. Penimbunan dilarang dalam Islam hal ini dikarenakan supaya harta tidak hanya beredar dikalangan orang-orang tertentu.

b. Monopoli

Sebagai penentu harga (*price-maker*), seorang monopolis dapat menaikkan atau mengurangi harga dengan cara menentukan jumlah barang yang akan diproduksi. Semakin sedikit barang yang diproduksi, semakin mahal harga barang tersebut, begitu pula sebaliknya. Walaupun demikian, penjual juga memiliki suatu keterbatasan dalam penetapan harga.<sup>56</sup>

Ada beberapa ciri dan sifat dasar monopoli. Ciri utama pasar ini adalah adanya seorang penjual yang menguasai pasar dengan jumlah pembeli yang sangat banyak. Ciri lainnya adalah tidak terdapatnya barang pengganti yang memiliki persamaan dengan produk monopolis, dan adanya hambatan yang besar untuk dapat masuk ke dalam pasar.

Hambatan itu sendiri, secara langsung maupun tidak langsung, diciptakan oleh perusahaan yang mempunyai kemampuan untuk

<sup>56</sup> <http://ukmsciemics.blogspot.com/2012/11/distribusidalam-islam.html>, Di unduh pada tanggal 7 Juli 2021.



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

memonopoli pasar. Perusahaan monopolis akan berusaha menyulitkan pendatang baru yang ingin masuk ke pasar tersebut dengan beberapa cara, salah satu diantaranya adalah dengan cara menetapkan harga serendah mungkin.

Dengan menetapkan harga ke tingkat yang paling rendah, perusahaan monopoli menekan kehadiran perusahaan baru yang memiliki modal kecil. Perusahaan baru tersebut tidak akan mampu bersaing dengan perusahaan monopolis yang memiliki kekuatan pasar, image produk, dan harga murah, sehingga lama kelamaan perusahaan tersebut akan mati dengan sendirinya.

Cara lainnya adalah dengan menetapkan hak paten atau hak cipta dan hak eksklusif pada suatu barang, yang biasanya diperoleh melalui pemerintah. Tanpa kepemilikan hak paten, perusahaan ini tidak berhak menciptakan produk sejenis sehingga menjadikan perusahaan monopolis sebagai satu satunya produsen di pasar.

Distribusi merupakan proses penyaluran hasil produksi berupa barang dan jasa dari produsen ke konsumen guna memenuhi kebutuhan manusia, baik primer maupun sekunder.

Secara umum sistem distribusi dalam Islam merealisasikan tujuan umum syari'at Islam, diantaranya:<sup>57</sup>

<sup>57</sup> <https://www.kompasiana.com/paijouqi/57fe4106b47a61c11f96abca/distribusi-dalam-perspektifislam>, Diunduh pada tanggal 7 Juli 2021.



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

- a. Tujuan Dakwah
- b. Tujuan Pendidikan
- c. Tujuan Sosial
- d. Tujuan Ekonomi
- e. Etika dalam distribusi yang baik
- f. Selalu menghiiasi amal dengan niat ibadah dan ikhlas
- g. Transparan dan kondisi barangnya halal serta tidak membahayakan
- h. Adil dan tidak mengerjakan hal yang dilarang dalam Islam
- i. Tolong menolong, toleransi dan sedekah
- j. Tidak melakukan pameran barang yang menimbulkan persepsi
- k. Tidak pernah lalai ibadah karena kegiatan distribusi
- l. Larangan ikhtikar sebab akan menyebabkan kenaikan harga
- m. Mencari keuntungan yang wajar
- n. Distribusi kekayaan yang meluas
- o. Kesamaan sosial.

Aktivitas usaha distribusi ini kemudian dituntut untuk dapat memenuhi hak dan kewajiban yang diinginkan Syariah bagi konsumen dan produsen. Dengan kata lain, aktivitas distribusi sebaiknya sejalan dengan motif dan tujuan utama aktivitas produksi dan konsumsi, yaitu pemenuhan kebutuhan masyarakat luas. Kebutuhan utama adalah kebutuhan dasar atau pokok yang





#### Hak Cipta Dilindungi 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.

harus menjadi prioritas utama untuk dipenuhi dari perekonomian yang dijalankan produsen, konsumen, dan distributor.

Pemenuhan kebutuhan dasar dan penjaminan kelancarannya dalam perekonomian menjadi faktor penentu kestabilan ekonomi, politik, dan sosial dalam kehidupan manusia.<sup>58</sup> Sistem ekonomi yang berbasis Islam menghendaki bahwa hal pendistribusian harus berdasarkan dua sendi: sendi kebebasan dan keadilan kepemilikan. Kebebasan disini adalah kebebasan dalam bertindak yang dibingkai nilai-nilai agama dan keadilan tidak seperti pemahaman kaum kapitalis yang menyatakan bebas bertindak tanpa campur tangan pihak manapun serta keseimbangan antara unsur materi dan spiritual, keseimbangan antara individu dan masyarakat, serta antara suatu masyarakat dan masyarakat lainnya.

Keadilan dalam pendistribusian ini tercermin dari larangan dalam Alquran harta kekayaan tidak diperbolehkan menjadi barang dagangan yang hanya beredar di antara orang-orang kaya saja, tetapi diharapkan dapat memberi kontribusi pada kesejahteraan masyarakat sebagai suatu keseluruhan. Firman Allah SWT dalam Surah Al-Hasyr (59) : 7 :<sup>59</sup>

<sup>58</sup> Nizar Usman, *Islamic Economic & Finance: Ekonomi dan Keuangan Islam Bukan Alternatif, tetapi Solusi*, h. 33.

<sup>59</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Banten: Yayasan Pelayan Al-Qur'an Mulia), Q.S Al-Hasyr (59): 7, h. 546.



## Hak Cipta Dilindungi 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.

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : “apa saja harta rampasan (fai) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota adalah untuk Allah, rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, dan orang-orang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, terimalah. Apa yang dilarang bagimu, tinggalkanlah. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.”

Ayat ini menjelaskan bahwa harta fa’i yang berasal dari orang kafir, seperti kasus harta Bani Quraizhah, Bani Nadhir, penduduk Fadak dan Khaibar, kemudian diserahkan kepada Allah dan Rasul SAW, digunakan untuk kepentingan publik, tidak dibagi-bagikan kepada kaum muslimin. Diterangkan pembagian harta fa’i untuk Allah, untuk Rasulullah SAW, kerabat-kerabat Rasulullah SAW dari Bani Hasyim dan Muthalib, anak-anak yatim yang fakir, orang-orang miskin yang memerlukan pertolongan dan orang-orang yang kehabisan perbekalan dalam perjalanan di jalan Allah. Setelah Rasulullah wafat, maka bagian Rasulullah Saw sebesar empat perlima dan seperlima digunakan untuk keperluan orang-orang yang melanjutkan tugas beliau, seperti pejuang di Medan perang, para da’i dan Baitul mal.

Dalam sistem jaminan sosial yang disampaikan dalam Kata fa’i seperti yang terdapat pada ayat di atas mengandung arti harta



## Hak Cipta Dilindungi 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.

rampasan perang yang diperoleh dari musuh tanpa melalui peperangan. Arti asal dari kata ini adalah kembali. Oleh sebab itu kata dari *ma afa*, *allahu 'ala rasulih* yang terdapat pada ayat di atas berarti 'apa saja yang telah dikembalikan oleh Allah kepada rasulnya. Harta benda yang berada di bawah kekuasaan orang kafir itu pada hakikatnya adalah pemilikan secara tidak sah. Setelah mereka dikalahkan, dan harta-harta mereka itu dikuasai oleh orang-orang yang beriman, berarti Allah telah mengembalikannya kepada pemilik yang sah.<sup>60</sup>

Distribusi dalam ekonomi Islam mencakup pengaturan kepemilikan unsur-unsur produksi dan sumber-sumber kekayaan. Islam memperbolehkan kepemilikan umum dan kepemilikan khusus dan meletakkan bagi masing-masingbagi keduanya kaidah-kaidah untuk mendapatkannya dan mempergunakannya, dan kaidah-kaidah untuk warisan, hibah dan wasiat. Ekonomi Islam juga memiliki politik dalam distribusi pemasukan, baik antara unsur-unsur produksi maupun antara individu masyarakat dan kelompok-kelompoknya, disamping pengembalian distribusi ajaran Islam.

Tujuan dasar Islam adalah mewujudkan kebahagiaan (*falah*) para pemeluknya di dunia dan di akhirat, serta untuk mewujudkan persaudaraan di antara para anggota masyarakat

<sup>60</sup> Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi*, (Medan: Febi UIN-SU Press, 2016), h. 171.



## Hak Cipta Dilindungi 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.

Muslim (ummah). Tujuan ini tidak dapat dicapai jika distribusi kekayaan di antara para anggota masyarakat Muslim berlangsung tidak adil, jurang antara si kaya dan si miskin amat lebar serta konflik antarkelas terjadi di masyarakat.<sup>61</sup>

Oleh karena itu, sistem ekonomi Islam mencoba untuk menegakkan aturan distribusi kekayaan yang merata di antara anggota masyarakat Muslim dengan mengambil tindakan yang amat efektif. Untuk mewujudkan distribusi kekayaan yang adil, jujur, dan merata, Islam menetapkan tindakan-tindakan yang positif dan prohibitif. Tindakan positif mencakup zakat, hukum pewarisan, dan kontribusi lainnya baik yang bersifat wajib maupun sukarela (sedekah). Tindakan prohibitif mencakup dilarangnya bunga, dilarangnya menimbun, dilarangnya minum dan judi, di atas itu semua, dilarangnya semua upaya mendapatkan harta secara tak bermoral, tidak jujur, tidak adil, dan haram yang ternyata merupakan sebab utama terjadinya konsentrasi kekayaan di tangan sedikit orang.<sup>62</sup>

Dalam perekonomian saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa sektor distribusi merupakan sektor yang terpenting dalam aktivitas perekonomian. Distribusi ini termasuk distribusi pendapatan dan distribusi kekayaan, baik yang sifatnya melalui kegiatan-kegiatan ekonomi maupun yang bersifat sosial.

<sup>61</sup> Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 78.

<sup>62</sup> *Ibid.*, h. 79



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

Dalam ajaran Islam, ada dua macam sistem distribusi pendapatan utama yaitu, pertama, distribusi secara komersial dan mengikuti mekanisme pasar. Kedua, sistem distribusi yang bertumpu pada aspek keadilan sosial masyarakat. Distribusi yang pertama berlangsung melalui proses ekonomi, diantaranya gaji atau upah bagi kerja, biaya sewa tanah, serta alat produksi lainnya, profit (keuntungan) pihak yang menjalankan usaha/melakukan perdagangan melalui mekanisme mudharabah yang modalnya melalui musyarakah. Hal ini berbeda dengan sistem konvensional yang mengandung unsur interest (bunga), sementara mudharabah diganti dengan sistem bagi hasil.<sup>63</sup>

Tujuan distribusi adalah mempertemukan kepentingan konsumen dan produsen dengan tujuan kemaslahatan umat. Ketika konsumen dan produsen memiliki motif utama yaitu memenuhi kebutuhan maka distribusi sepatutnya melayani kepentingan ini dan memperlancar segala usaha menuju pencapaian tujuan tersebut.

Prinsip utama dalam konsep distribusi menurut pandangan Islam adalah peningkatan dan pembagian bagi hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar di antara golongan tertentu saja, teori distribusi diharapkan dapat mengatasi

<sup>63</sup> Tarigan, *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi*, h. 181



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

masalah distribusi pendapatan antara berbagai kelas dalam masyarakat.<sup>64</sup>

Muhammad Anas Zaqra mengemukakan beberapa prinsip distribusi dalam ekonomi Islam, yaitu:

- a. Pemenuhan kebutuhan bagi semua makhluk.
- b. Menimbulkan efek positif bagi pemberi.
- c. Menciptakan kebaikan di antara semua orang, antara kaya dan miskin.
- d. Mengurangi kesenjangan pendapatan dan kekayaan.
- e. Pemanfaatan lebih baik terhadap sumber daya alam.
- f. Memberikan harapan pada orang lain melalui pemberian.<sup>65</sup>

### C. Volume penjualan

#### 1. Pengertian penjualan

Penjualan merupakan sistem total aktifitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk jasa dan gagsan yang yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.<sup>66</sup>

Menurut Basu Swashta penjualan adalah suatu kegiatan dimana penjual mempengaruhi dan mengajak orang lain untuk bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Jadi dengan adanya penjualan akan

<sup>64</sup> Isnaini Harahap, *Hadis-hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, cet 1, 2015), h. 126.

<sup>65</sup> *Ibid.*, h. 127.

<sup>66</sup> Daryanto, *Kuliah Manajemen Pemasaran*, (Satu Nusa: Bandung, 2011), h. 6.

## Hak Cipta Dilindungi 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.

terciptanya suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dengan pembeli.<sup>67</sup>

Menurut Basu Swatha, terdapat beberapa jenis penjualan yang biasa dikenal dalam masyarakat diantaranya adalah:

- a. *Trade Selling*, penjualan yang terjadi bila mana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru, jadi titik beratnya adalah para penjualan melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir.
- b. *Missionary Selling*, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.
- c. *Technical Selling*, berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.
- d. *New Business Selling*, berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.
- e. *Responsive Selling*, setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *route driving and retaining*. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalin hubungan pelanggan yang baik

<sup>67</sup> Basu Swatha, *Manajemen Penjualan*, (Yogyakarta: BPEE, 2012), h. 8.



## Hak Cipta Dilindungi 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.

yang menjurus pada pembelian ulang. Selain itu terdapat bentuk-bentuk transaksi penjualan yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- 1) Penjualan secara tunai adalah penjualan yang bersifat “*cash and carry*” dimana penjualan setelah terdapat kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, maka pembeli menyerahkan pembayaran secara kontan dan biasa langsung dimiliki oleh pembeli.
- 2) Penjualan kredit adalah penjualan non cash dengan tenggang waktu rata-rata diatas 1 bulan.
- 3) Penjualan secara tender adalah penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.
- 4) Penjualan ekspor adalah penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan fasilitas *letter of credit* (LC). Penjualan secara konsiyasi adalah penjualan barang secara “Titipan” kepada pembeli yang juga sebagai penjual apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan pada penjual.
- 5) Penjualan secara grosir adalah penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik/importir dengan pedagang eceran.<sup>68</sup>

<sup>68</sup> Di kutip dari Jurnal, <http://repository.unpas.ac.id/12341/5/BAB%20II%20draft.pdf>, Pada hari Sabtu, 09 Januari 2021, Pukul 11.47 Wib.





## Hak Cipta Dilindungi 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. Pengertian Volume Penjualan

Volume penjualan adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu. Jadi volume penjualan dapat dikatakan sebagai hasil kegiatan penjualan yang diukur dengan satuan.<sup>69</sup> Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin besar kemungkinan laba yang akan diperoleh oleh perusahaan. Volume penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang dimana faktor-faktor ini merupakan syarat dalam meningkatkan volume penjualan. Beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah kualitas barang dan kemampuan membaca tren pasar.<sup>70</sup>

Peningkatan volume penjualan bagi perusahaan sangat penting untuk mengatur keberhasilan para manager atau merupakan indikasi berhasil tidaknya perusahaan dalam persaingannya. Pemasaran yang tidak berhasil akan mengakibatkan fungsi-fungsi lain dalam perusahaan tidak berarti. karena itu, menjadi suatu tujuan dari setiap perusahaan untuk meningkatkan volume penjualannya. Volume penjualan yang meningkat akan mengabarkan adanya keuntungan atau perolehan manfaat dalam mengembangkan perusahaan.

Istilah volume penjualan telah mengalami perubahan-perubahan selama beberapa tahun. Pada mulanya, para pengusaha menggunakan istilah tersebut untuk menunjukkan pengarahannya tenaga penjualan atau

<sup>69</sup> Djameluddin karim, J.l Sepang, B. Lumanauw, *Marketing mix pengaruhnya terhadap volume penjualan*, jurnal emba volume 2, n,omor 1, maret 2014,423

<sup>70</sup> Erwinsyah Rizkan Fahlevi, RR, Siti Munawaroh, *Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan*, Jurnal manajemen dan akuntansi, volume 17, nomor 1, April 2016,13.



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

disebut juga manajemen penjualan, kemudian, istilah tersebut diartikan secara lebih luas lagi dengan penjualan dari seluruh kegiatan pemasaran, distribusi fisik, penetapan harga jual dan perencanaan produk tetapi sekarang istilah itu sudah dibedakan dengan menunjukkan kegiatan pemasaran menjual produknya.<sup>71</sup>

Volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik, unit atau volume suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton, atau liter. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk memungkinkan perusahaan agar tidak rugi. Jadi, volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume itu sendiri.<sup>72</sup>

Suatu perusahaan dikatakan berkembang dan mengalami pertumbuhan apabila volume penjualan terus meningkat untuk mencapai laba yang diharapkan dari periode ke periode. Semakin banyak jumlah produk yang ditawarkan kepada pembeli, maka keuntungan yang diperoleh

<sup>71</sup> Basu Swasha, *pengantar Bisnis Modern*. (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 403.

<sup>72</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta, PT.Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 57



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

akan semakin besar. Keuntungan yang besar digunakan untuk menunjang pertumbuhan perusahaan.<sup>73</sup>

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat dipahami bahwa volume penjualan adalah jumlah hasil produksi yang berhasil dijual dalam satu periode tertentu yakni penjualan bersih dari laporan laba perusahaan sebagai akibat penjualan yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif dari segi fisik atau volume.

### 3. Faktor yang mempengaruhi volume penjualan

Menurut Philip Kotler, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan yaitu:

#### a) Harga jual

Faktor harga jual merupakan hal-hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen sasaran.

#### b) Produk

Produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan para konsumen.

#### c) Biaya promosi

<sup>73</sup> Basu Swasha, *loc.cit.*, h. 403.



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

Biaya promosi adalah aktivitas-aktivitas untuk memberikan informasiinformasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barangbarang serta jasa yang ditawarkan.

#### d) Saluran distribusi

Saluran distribusi merupakan aktivitas perusahaan untuk menyampaikan dan menyalurkan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen yang ditujunya.

#### e) Mutu

Mutu dan kualitas barang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penjualan. Dengan mutu yang baik maka konsumen akan tetap loyal terhadap produk dari perusahaan tersebut.<sup>74</sup>

### 4. Tujuan Volume Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu:

- a) Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.
- b) Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.

<sup>74</sup> Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Ke12*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.



- c) Menunjang pertumbuhan perusahaan. Tujuan tersebut tercapai apabila penjualan dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh tingkat pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.<sup>75</sup>

#### D. Penjualan Menurut Islam

Kegiatan penjualan atau perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam bidangmu'amalah, yakni bidang yang berkenan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Aspek ini mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi Islam, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor riil. System ekonomi Islam tampaknya lebih mengutamakan sektor riil dibanding dengan sektor moneter, dan transaksi penjualan atau jual beli memastikan keterkaitan kedua sektor yang dimaksud. Namun tidak semua praktek penjualan (perdagangan) boleh dilakukan. Perdagangan yang dijalankan dengan cara yang tidak jujur, mengandung unsur penipuan, yang karena itu ada pihak yang dirugikan dan praktek-praktek lain sejenisnya merupakan hal-hal yang dilarang dalam Islam.<sup>76</sup>

<sup>75</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2008), h. 604

<sup>76</sup> Mashyuri, *Sistem Perdagangan Dalam Islam*, (Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi-LIPI, 2005), h.

Hak Cipta Dilindungi 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.

Dasar hukum jua beli dalam Al-Qur'an terdapat dalam surat Al-Baqarah (2): 275, yakni :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (البقرة : ٢٧٥)

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba, tidak dapat berdiri melain seperti berdirinya orang yang kerasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya dari tuhanNya, lalu terus berhenti (dari pengambilan riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datag larangan): dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”, (QS. Al-Baqarah(2): 275)<sup>77</sup>

Menurut Ibnu Katsir melalui ayat ini, Allah menceritakan bahwa seorang pemakan riba akan dibangkitkan pada hari kiamat layaknya orang gila yang mengamuk seperti kesurupan setan. Ibnu Jarir meriwayatkan dari Ibnu Abbas juga berkata pada hari kiamat akan dikatakan kepada pemakan riba, “Ambillah senjatamu untuk berperang! (Allah dan Rasul-Nya menantang mereka untuk berperang dengan-Nya dikarenakan mereka tidak berkenan untuk meninggalkan sisa riba dan mereka tidak memiliki senjata apapun selain berharap perlindungan dari azab Allah) Ibnu Abbas membaca

<sup>77</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Banten: Yayasan Pelayan Al-Qur'an Mulia), Q.S Al-Baqarah (2): 275, h. 47.



## Hak Cipta Dilindungi 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.

ayat ke 275 dari surat Al Baqarah tersebut, lalu dikatakan juga hal itu terjadi pada saat mereka dibangkitkan dari kubur”.

Allah menegaskan bahwa telah dihalalkan jual-beli dan diharamkan riba. Orang-orang yang membolehkan riba dapat ditafsirkan sebagai pembantahan hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana. Riba yang dahulu telah dimakan sebelum turunya firman Allah ini, apabila pelakunya bertobat, tidak ada kewajiban untuk mengembalikannya dan dimaafkan oleh Allah. Sedangkan bagi siapa saja yang kembali lagi kepada riba setelah menerima larangan dari Allah, maka mereka adalah penghuni neraka dan mereka kekal di dalamnya.<sup>78</sup>

<sup>78</sup> <https://banksyariahindo.wordpress.com/2011/10/23/tafsir-al-baqarah-ayat-275/> diakses pada tanggal 07 Juli 2021.

Hak Cipta Dilindungi 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 V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

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

1. Strategi distribusi yang digunakan oleh Graha Prtama Fish adalah Distribusi eksklusif, yakni mendistribusikan produk melalui banyak saluran dan beberapa anggota saluran (pedagang dan outlet). Saluran distribusi yang digunakan oleh Graha Pratama Fish adalah saluran langsung dan saluran tiga tingkat. Saluran langsung yaitu, produsen berada langsung pada konsumen (Graha Pratama Fish – Konsumen), dan saluran tiga tingkat yaitu dimana perantara berada diantara produsen dan konsumen (Graha Pratama Fish – Agen – Outlet dan pedagang-Konsumen).
2. Graha Pratama Fish sudah sesuai dengan prinsip Islam yaitu kebebasan. Dengan menggunakan strategi distribusi eksklusif, artinya Graha Pratama Fish bebas mendistribusikan sebanyak mungkin saluran baik itu outlet maupun pedagang. Namun, tetap bertanggung jawab atas apa yang di distribusikan, selalu memberikan produk yang berkualitas, mendistribusikan produk sesuai dengan pesanan dan tepat waktu sehingga tidak ada penimbunan stok barang (ikhtikar), serta menetapkan harga sesuai dengan proses permintaan dan penawaran. Jika ditinjau dari prinsip





#### Hak Cipta Dilindungi 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.

keadilan pada pendistribusian Graha Pratama Fish sudah sesuai, hal ini terlihat dari perlakuan terhadap karyawan dengan pemberian gaji tepat waktu pendistribusi Graha Prtama Fish sudah sesuai. Hal ini terlihat dari perlakuan terhadap karyawan dengan pemberian gaji tepat waktu, dan insentif setiap awal bulan. Tanpa pemotongan gaji apabila tidak memenuhi target penjualan.

#### B. Saran

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



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Akbar, Farida. 2019. *Pengantar Bisnis*. Malang : UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema.
- Anggito, Albi. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ansori, Muslich. 2020. *Metode penelitian kuantitatif edisi 2*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Ahmad, Jaribah Bin. 2006. *Fikih Ekonomi Umar Al-Khathab*. Jakarta: Pustaka Al Kautsar Group.
- Akmal, Tarigan Azhari. 2016. *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi*. Medan: Febi UIN-SU Press. h. 171.
- Aravik, Havis. 2017. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, Depok: Kencana.
- Bin Ahmad Al-Haritsi, Jaribah. 2006 *Fikih Ekonomi Umar Al-Khathab*. Jakarta: Pustaka Al Kautsar Group.
- Darni. 2014. *Pengantar Bisni*. Pekanbaru : Benteng Media.
- Djamil, Fathurrahman. 2013. *Hukum Ekonomi Islam: Sejarah, Teori, dan Konsep*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Daryanto. 2011. *Kuliah Manajemen Pemasaran*. Satu Nusa: Bandung.
- Emzi. 2011. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Wali Pers.
- Fitrah, Muh. 2018. *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas dan studi kasus*. Jawa Barat: CJejak Publisher.

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 Dilindungi 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 milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Fuad Chalil, Zaki. 2009. *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Hang Hayani, Nurahmi. 2012. *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*. Pekanbaru: Suska Pers.
- Harahap, Isnaini. 2015. *et. al., Hadis-hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Helaluddin. 2019. *Analisis Data Kualit:Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*. Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffari.
- Istijanto. 2013. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Karim, Djamaluddin. 2014 *Marketing mix pengaruhnya terhadap volume penjualan*, jurnal emba volume 2, nomor 1.
- Kotler, Philip.2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Ke12*. Jakarta: Erlangga.
- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo : Zifatama Publisher.
- Maro'ah, Siti. 2019. *Buku Ajar Marketing Syariah*. Jawa Timur :Penerbit Qiara Media.
- Mashyuri. 2005. *Sistem Perdagangan Dalam Islam*. Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi-LIPI.
- Maskan Mohammad. 2018. *Kewirausahaan*. Malang :Polinema ,2018.
- Muhdar. 2021. *Manajemen SDM: Teori dan Aplikasi pada Bank Umum Syariah*. Jakarta :PT. Raja Grapindo Persada.
- Mujahidin, Akhmad. 2014. *Ekonomi Islam 2(Pasar, Perdagangan, Manajemen,Produksi, Konsumsi, Institusi,Keuangan, dan Kontribusi)*. Riau: Al-Mujtahadah Press.



## Hak Cipta Dilindungi 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.

Neni, Pengelola Graha Pratama Fish, *Wawancara di Desa Koto Masjid*, pada tanggal 17 November 2019.

Rachbini, Widarto. 2019. *Penerapan Metoda Analytical Hierarchi Process pada Strategi Pemasaran Produk*. Banten :CV. AA. Rizky

Rangkuti, Fredd. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.

Saban, Echdar. 2019. *Business Ethics And Entrepreneurship: Etika Bisnis Dan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish.

Sharif Chaudhry, Muhammad. 2012. *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*. Jakarta: Kencana.

Suhaimi, Ketua forum Komunikasi Mitra Binaan Telkom “Patin Bina Sejahtera”, *wawancara*, 17 November 2019.

Sukandarrumidi. 2014. *Dasar-Dasar Penulisan Proposal Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas press.

Swasha, Basu. 2009. *pengantar Bisnis Modern*. Jakarta Salemba Empat.

Swatha, Basu. 2012 *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPEE.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofset

Ujang, Sumawan.2019. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor :IPB Press.

Usman, Nizar. *Islamic Economic & Finance: Ekonomi dan Keuangan Islam Bukan Alternatif, tetapi Solusi*, h. 33.

Warnadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish.



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.

Yusuf, Amali, Arif. 2016. *Pemahaman Strategi & Kewirausahaan*. Jakarta: Kencana.

## B. Jurnal/Skripsi

Ardiyanta, Oky. 2013. *Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Salama Nusantara*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Oky Halim, Zulkarnaen. 2013. *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Rasyid, Abd. 2018. *Strategi Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Survey pada Pedagang Batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta)*. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga.

Rizkan Fahlevi, Erwinsyah. 2016. *Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan*, Jurnal manajemen dan akuntansi, volume 17, nomor 1.

## C. Website

<http://repository.unpas.ac.id/12341/5/BAB%20II%20draft.pdf>, Pada Hari Sabtu, 09 Januari 2021, Pukul 11.47 Wib.

<https://banksyariahindo.wordpress.com/2011/10/23/tafsir-al-baqarah-ayat-275/>

<http://ukmsciemics.blogspot.com/2012/11/distribusidalam-islam.html>, Di unduh pada tanggal 7 Juli 2021.

<https://www.kompasiana.com/paijouqi/57fe4106b47a61c11f96abca/distribusi-dalam-perspektifislam>, Diunduh pada tanggal 7 Juli 2021.

## DAFTAR PERTANYAAN

1. Sudah berapa lama bapak menjalankan usaha Graha Pratama Fish ?
2. Apa saja olahan yang dihasilkan pada usaha ini ?
3. Berapa banyak produk yang terjual selama pertahun?
4. Bagaimana strategi yang digunakan dalam mendistribusikan produk Graha Pratama Fish agar dapat meningkatkan volume penjualan ?
5. Bagaimana saluran distribusi yang dilakukan oleh Graha Pratama Fish dalam menyalurkan Produknya ? Apakah kondisi lingkungan untuk usaha strategis dan mudah dijangkau ?
6. Bagaimana sistem pengangkutan atau transportasi yang dilakukan Graha Pratama Fish dalam Mendistribusikan Produknya ?
7. Bagaimana pelayan distribusi yang bapak berikan terhadap konsumen Graha Pratama Fish?
8. Apakah Graha Pratama Fish memiliki jadwal pendistribusikan produk?
9. Bagaimana cara bapak untk memberikan kenyamanan terhadap konsumen Graha Pratama Fish ?
10. Selain Srategi Distribusi. Apakah Graha Pratama Fish juga melakukan strategi yang lain untuk meningkatkan volume penjualan?

### Hak Cipta Dilindungi 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.

## DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi 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 milik UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi 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 Dilindungi 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.

PENGESAHAN  
PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul **Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupaten Kampar)**, yang ditulis oleh:

Nama : Yadi Maulana  
NIM : 11625103995  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

**Pekanbaru, 02 Agustus 2021 M**  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua

**Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, Lc. MA**

Sekretaris

**Mutasir, M.Sy**

Penguji I

**Rozi Andriani, ME**

Penguji II

**Darnilawati, SE., M.Si**

Kepala Sub Bagian Akademik  
Fakultas Syariah dan Hukum

**Jalinus, S.Ag**

NIP. 19750801 200701 1 023

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
 FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون  
 FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
 Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerbitan, kritik atau tinjauan suatu masalah.

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/6190/2020  
 Sifat : Biasa  
 Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
 Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 06 Oktober 2020

Kepada  
 Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
 Provinsi Riau

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*  
 Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : YADI MAULANA  
 NIM : 11625103995  
 Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
 Semester : IX (Sembilan)  
 Lokasi : Graha Pratama Fish Kabupaten Kampar

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : STRATEGI DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Masjid Kabupaten Kampar)

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor  
 Dekan

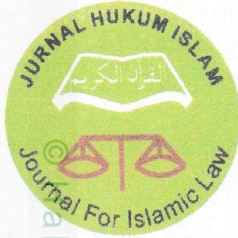


Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag  
 NIP. 19580712 198603 1005

Tembusan :  
 Rektor UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



# JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

## Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

### SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

**NAMA : YADI MAULANA**  
**NIM : 11625103995**  
**JURUSAN : EKONOMI SYARIAH**  
**JUDUL : STRATEGI DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupten Kampar)**

**Pembimbing: Rozi Andrini, ME**

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 05 Agustus 2021

Pimpinan Redaksi



**Dr.M. ALPI SYAHRIN, SH., MH., CPL.**  
**NIP. 19880430 201903 1 010**

Hak Cipta Dilindungi 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.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

## RIWAYAT PENULIS

**YADI MAULANA**, dilahirkan di Terantang Manuk pada tanggal 02 Desember 1998. ,Anak Pertama dari Dua bersaudara ini merupakan putra dari pasangan Darham dan Samsimar, saat ini penulis tinggal di Desa Terantang Manuk, Kecamatan Pangkalan Kuras, Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau. Penulis menempuh pendidikan mulai dari SD Negeri 004 Terantang manuk tamat pada tahun 2010, kemudian melanjutkan SMPN 3 Pangkalan Kuras tamat pada tahun 2013 dan setelah itu penulis melanjutkan sekolah ke SMAN 02 Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan.

Pada tahun 2016 penulis diterima di Perguruan Tinggi yang ada Pekanbaru yaitu Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU) pada Fakultas Syariah dan Hukum dengan jurusan Ekonomi Syariah.

Pada tahun 2019 penulis melakukan magang di Aksi Cepat Tanggap (ACT) Riau setelah itu melanjutkan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kampung Belading Kabupaten Siak. Pada Tanggal 26 Juli penulis dinyatakan lulus dengan judul skripsi “Strategi Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah ( Studi Pada Graha Pratama Fish di Kampung Patin Desa Koto Mesjid Kabupaten Kampar)”.

Hak Cipta Dilindungi 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.