

**KORELASI SISTEM PROMOSI ALAT-ALAT KESEHATAN
MEDIS DENGAN TINGKAT PENJUALAN DITINJAU
MENURUT EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus
Pada PT. Adi Rizki Abadi Kecamatan
Sukajadi Pekanbaru)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E. Sy)**



Disusun Oleh :

LINDA SYUKRIANI
NIM: 11025202677

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2015**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Alamat : Jl. H.R. Subrantas KM. 15 Tampan Pekanbaru - Riau No. Telp. 0761-28293
Fax. 0761-21129, Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : iain-sq@pekanbaru.indo.net.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul : **KORELASI SITEM PROMOSI ALAT- ALAT KESEHATAN MEDIS DENGAN TINGKAT PENJUALAN DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Pada PT. Adi Rizki Abadi Kecamatan Sukajadi Pekanbaru)**

Yang ditulis oleh :

Nama : **LINDA SYUKRIANI**
Nim : **11025202677**
Jurusan : **EKONOMI ISLAM**

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang panitia sarjana program Strata Satu (S1) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada :

Hari : **Senin**
Tanggal : **13 APRIL 2015**
Bertepatan : **22 Jumadil Akhir 1436 M**

Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam (S.E Sy).

Pekanbaru, 22 April 2015

DEKAN,



Dr. H. AKBARIZAN, M.Ag, M.Pd
NIP. 19711001 199503 1 002

PANITIA UJIAN SARJANA

KETUA

Dr. Zulkifli, M.Ag
NIP. 19741006200501 1005

SEKRETARIS

Haswir, M.Ag
NIP. 19691119 199603 1002

PENGUJI I

Muhammad Albahi, SE, M. Si. Ak
NIP. 19800226 200912 1002

PENGUJI II

Drs. H. Johari, M.Ag
NIP. 19640320 199102 1001

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul : “ **Korelasi Sistem Promosi Alat- Alat Kesehatan Medis Dengan Tingkat Penjualan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Adi Rizki Abadi Kecamatan Sukajadi Pekanbaru)**”.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya persaingan yang terjadi diantara penyalur alat kesehatan. Setiap perusahaan dan bisnis-bisnis lainnya melakukan kegiatan usaha dalam rangka untuk memperoleh laba/keuntungan. Pihak perusahaan melakukan berbagai cara dan menerapkan berbagai strategi pemasaran yang dianggap paling mampu untuk mendongrak margin laba. Strategi tersebut adalah dalam bentuk sistem promosi, karena sistem promosi akan berhubungan dengan tingkat penjualan mereka. Sistem promosi tersebut harus layak dan adil. Penelitian ini dilakukan pada PT. Adi Rizki Abadi Pekanbaru yang beralamat di Jl. Rajawali No.80 B Kecamatan Sukajadi Pekanbaru.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat hubungan yang signifikan antara sistem promosi dengan tingkat penjualan pada PT. Adi Rizki Abadi tersebut dan bagaimana tinjauan ekonomi islam tentang sistem promosi dengan tingkat penjualan pada PT. Adi Rizki Abadi Pekanbaru, sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara sistem promosi dengan tingkat penjualan pada PT. Adi Rizki Abadi Pekanbaru tersebut dan untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam tentang sistem promosi dengan tingkat penjualan pada PT. Adi Rizki Abadi.

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Adi Rizki Abadi kecamatan sukajadi pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini seluruh karyawan pada PT. Adi Rizki Abadi Pekanbaru yang berjumlah 110 orang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Random Sampling yaitu suatu cara pengambilan sampel yang dilakukan secara acak sederhana, dalam menentukan jumlah sampel dihitung berdasarkan rumus Slovin, maka dari jumlah populusi 110 orang diperoleh jumlah sampel sebanyak 52 orang. Teknik pengambilan dalam penelitian ini adalah secara observasi dan kuisioner.

Dari hasil penelitian bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti atau sedang antara variabel sistem promosi dengan tingkat penjualan, hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan nilai koefisien korelasinya sebesar 0,697 atau 69,7%, sedangkan koefisien determinasinya 0,486 atau 48,6%, artinya bahwa hubungan sistem promosi dengan tingkat penjualan adalah sebesar 48,6%, secara uji persial terdapat hubungan yang positif dan signifikan variabel sistem promosi dengan tingkat penjualan, hal ini dapat dilihat nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($6,877 > 2,009$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dalam islam sistem promosi dengan tingkat penjualan lebih mengedepankan pada akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya. Ia mengutamakan nilai-nilai moral dan etika yang bersifat universal serta senantiasa menempatkan kebesaran Allah diatas segala-galanya.

Kata kunci: Sistem Promosi dan Tingkat Penjualan

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah SWT sekalian alam yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Sholawat dan salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuliskan amanah dan risalah sehingga kita bisa merasakan nikmatnya iman, Islam dan ukhuwah.

Skripsi yang berjudul “ Hubungan Sisem Promosi Alat- Alat Kesehatan Medis Dengan Tingkat Penjualan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Adi Rizki Abadi Kecamatan Sukajadi Pekanbaru)” dimaksud untuk melengkapi tugas dan memenuhi sebagian syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E,sy) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini banyak sekali bantuan, perhatian, bimbingan, motivasi, sarana dan pikiran dari berbagai pihak yang penulis dapatkan, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Kedua orang tua Penulis, Ayahanda Afrizal dan Ibunda Enimar beserta adekku Dewi Yuliani yang selalu memberikan yang terbaik kepada Penulis meski dalam keadaan sulit. Semua berkat do'a dan nasehat yang selama ini diberikan.

2. Bapak Prof. DR. H. Munzir Hitami M.A selaku Rektor UINSUSKA RIAU beserta pembantu Rektor.
3. Bapak Dekan DR. H. Akbarizan, M.A, M.Pd beserta Wakil Dekan I, II, III Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA RIAU.
4. Bapak Dr. H. Mawardi M Saleh, MA. selaku Wakil Dekan I Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Hj. Hertina, M.Pd. selaku Wakil Dekan II Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Zulkifli, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Kamiruddin, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Bambang Hermanto, M. Ag selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam UIN SUSKA RIAU.
8. Bapak Darmawan Tia Indrajaya, M. Ag sebagai pembimbing, terimakasih atas motivasi, waktu, tenaga, ilmu serta telah memberikan arahan, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya untuk memberikan bimbingan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Ibu Mardiana, M.A selaku Panasehat Akademis Penulis selama kuliah di Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Para Dosen dan seluruh Staf Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA RIAU, yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis.

11. Kepada dan seluruh karyawan Perpustakaan UIN SUSKA RIAU yang telah memberikan fasilitas yang sangat berharga kepada penulis.
12. Bapak Muhammad Yasin selaku Direktur PT. Adi Rizki Abadi Pekanbaru beserta karyawan-karyawan yang telah membantu penulis memberikan data dan informasi dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Terima kasih kepada teman seperjuangan EI.4 angkatan 2010 yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan. Semoga do'a, motivasi, dan semangat yang telah diberikan semua pihak kepada penulis mendapatkan balasan pahala yang berlipat dari Allah SWT. *Amiinnn.....*

Pekanbaru, 05 Februari 2015
Penulis

LINDA SYUKRIANI
NIM : 11025202677

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
E. Hipotesa.....	6
F. Metode Penelitian.....	7
G. Model Penelitian	14
H. Sistematika Penulisan	15
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Lokasi Perusahaan.....	16
B. Struktur Organisasi.....	16
C. Personalia.....	20
D. Aktivitas Perusahaan.....	20
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Promosi.....	23
B. Pengertian Penjualan.....	28
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan...	29
D. Omset Penjualan.....	31
E. Sistem Promosi Menurut Islam	32
F. Penelitian Terdahulu	36

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Profil Responden	37
B. Analisis Variabel Sistem Promosi.....	38
C. Analisis Variabel Tingkat Penjualan.....	43
D. Pengujian Instrumen Penelitian.....	47
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas.....	49
E. Model Regresi	50
F. Uji Normalitas	51
G. Pengujian Hipotesis.....	53
1. Uji t (Uji Parsial)	53
2. Koefisien Determinasi.....	54
3. Uji F (Anova)	55
H. Tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Sistem Promosi Terhadap Tingkat Penjualan	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN