

**ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PETANI JAMBU BIJI
MERAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Di Desa Karangcengis Kecamatan Bukateja
Kabupaten Purbalingga)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E. Sy.)

Oleh :
SITI TOATUN
NIM.1223203038

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2016**

**ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PETANI JAMBU BIJI MERAH
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Di Desa Karangcengis Kecamatan Bukateja Kabupaten Purbalingga)**

**SITI TOATUN
NIM. 1223203038**

**Program S-1 Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto**

ABSTRAK

Saluran Distribusi merupakan jalan atau rute yang dilalui oleh produk mulai dari produsen sampai ke tangan pelanggan akhir. Saluran pemasaran yaitu kumpulan organisasi independen yang terlibat dalam proses membuat suatu produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Konsep distribusi memiliki maksud lebih luas, yaitu peningkatan dan pembagian hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar diantara golongan tertentu saja.

Saluran distribusi yang tepat tentunya merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan karena saluran distribusi merupakan penghubung antara produsen dan konsumen, hal tersebut pula yang menentukan tingkat keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Ketentuan perusahaan dalam memilih saluran distribusi akan menjadi lebih efisien dalam memperluas pasar untuk mencapai konsumen yang dituju.

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana Pelaksanaan Saluran Distribusi Petani Jambu Biji Merah Perspektif Ekonomi Islam di Desa Karangcengis Kecamatan Bukateja Kabupaten Purbalingga yang dilaksanakan oleh petani terhadap konsumen dalam menyalurkan jambu biji merah. Penelitian ini termasuk *field research*, dengan metode deskriptif-kualitatif. Adapun data diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang mendalam dengan beberapa petani, juga dari data-data (dokumen) yang relevan dengan fokus penelitian.

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Pelaksanaan Saluran Distribusi Petani jambu biji merah yang dilakukan di Desa Karangcengis yaitu: Produsen – Pedagang – Pengecer – Konsmen. Desa Karangcengis dalam mendistribusikan Jambu Biji Merah dengan melihat Citra *Uswah* Rasulullah yaitu Rasulullah memahami strategi supaya perdagangannya bisa berhasil, beliau mengetahui sifat dan perilaku yang merusak atau menghambat bisnis perdagangan.

Kata Kunci: Saluran Distribusi, Jambu Biji Merah

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama antara menteri agama dan menteri pendidikan dan kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf latin | Nama |
|------------|------|--------------------|-----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | ba' | b | Be |
| ت | ta' | t | Te |
| ث | Ša | š | es (dengan titik diatas) |
| ج | Jim | j | Je |
| ح | Ĥ | ĥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | kha' | kh | ka dan ha |
| د | Dal | d | De |
| ذ | Žal | ž | ze (dengan titik diatas) |
| ر | ra' | r | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | es dan ye |
| ص | Šad | š | es (dengan titik di bawah) |
| ض | Đad | đ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭa' | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | za' | ž | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'ain | ' | Koma terbalik di atas |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | fā' | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Qi |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | 'el |

| | | | |
|---|--------|---|----------|
| م | Mim | M | ‘em |
| ن | Nun | N | ‘en |
| و | Waw | W | W |
| ه | ha’ | H | Ha |
| ء | Hamzah | ‘ | apostrof |
| ي | ya’ | Y | Ye |

Konsonan Rangkap karena Syad>ah ditulis rangkap

| | | |
|--------|---------|---------------------|
| متعددة | ditulis | <i>muta’addidah</i> |
| عدة | ditulis | <i>‘iddah</i> |

Ta’ Marbūṭah di akhir kata Bila dimatikan tulis *h*

| | | |
|------|---------|---------------|
| حكمة | ditulis | <i>ḥikmah</i> |
| جزية | ditulis | <i>jizyah</i> |

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali jika dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

| | | |
|----------------|---------|--------------------------|
| كرامة الأولياء | ditulis | <i>Karāmah al-auliyā</i> |
|----------------|---------|--------------------------|

- b. Bila *ta’ marbūṭah* hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau d’ammah ditulis dengan *t*.

| | | |
|------------|---------|----------------------|
| زكاة الفطر | ditulis | <i>Zakāt al-fiṭr</i> |
|------------|---------|----------------------|

Vokal Pendek

| | | | |
|---|---------|---------|---|
| َ | Fathāh | Ditulis | a |
| ِ | Kasrah | Ditulis | i |
| ُ | d’ammah | Ditulis | u |

Vokal Panjang

| | | | |
|----|---------------|---------|------------------|
| 1. | Fathah + alif | Ditulis | ā |
| | جاهلية | Ditulis | <i>jāhiliyah</i> |

| | | | |
|----|---------------------|---------|--------|
| 2. | Fathah + ya' mati | Ditulis | ā |
| | تنسى | Ditulis | tansā |
| 3. | Kasrah + ya' mati | Ditulis | ī |
| | كريم | Ditulis | karīm |
| 4. | D'ammah + wawu mati | Ditulis | ū |
| | فروض | Ditulis | furūd' |

Vokal Rangkap

| | | | |
|----|--------------------|---------|----------|
| 1. | Fathah + ya' mati | Ditulis | ai |
| | بينكم | Ditulis | bainakum |
| 2. | Fathah + wawu mati | Ditulis | au |
| | قول | Ditulis | qaul |

Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

| | | |
|-----------|---------|-----------------|
| أنتم | ditulis | a'antum |
| أعدت | ditulis | u'iddat |
| لئن شكرتم | ditulis | la'in syakartum |

Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

| | | |
|--------|---------|-----------|
| القرآن | ditulis | al-Qur'ān |
| القياس | ditulis | al-Qiyās |

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

| | | |
|--------|---------|-----------|
| السماء | ditulis | as-Samā' |
| الشمس | ditulis | asy-Syams |

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

| | | |
|------------|---------|---------------|
| ذوى الفروض | ditulis | zawī al-furud |
| اهل السنة | ditulis | ahl as-Sunnah |

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| PEDOMAN TRANSLITRASI..... | xii |
| DAFTAR ISI | xv |
| DAFTAR TABEL | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Definisi Operasional | 4 |
| C. Rumusan Masalah | 7 |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 7 |
| E. Kajian Pustaka | 8 |
| F. Sistematika Penulisan..... | 10 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Teori Saluran Distribusi | 12 |
| B. Saluran Distribusi Barang Konsumsi | 20 |
| C. Distribusi Perspektif Ekonomi Islam | 25 |

| | |
|-------------------------------|----|
| D. Penelitian Terdahulu | 32 |
|-------------------------------|----|

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| A. Jenis Penelitian | 35 |
| B. Lokasi Penelitian | 36 |
| C. Subjek dan Objek Penelitian | 36 |
| D. Sumber Data..... | 37 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 39 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 40 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Hasil Penelitian | 43 |
| 1. Gambaran Umum Desa Karangcengis | 43 |
| 2. Waktu Penelitian | 47 |
| B. Pembahasan..... | 48 |
| 1. Jambu Biji | 48 |
| 2. Analisis Saluran Distribusi Petani Jambu Biji Merah di Desa Karangcengis | 49 |
| 3. Analisis Saluran Distribusi Petani Jambu Biji Merah di Desa Karangcengis Perspektif Ekonomi Islam | 68 |

BAB V PENUTUP

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 73 |
| B. Saran | 74 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Saluran Distribusi Untuk Barang Konsumsi
2. Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu
3. Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Desa Karangcengis Berdasarkan Tingkat Umur
Tahun 2015



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Desa Karangcengis merupakan salah satu daerah yang sebagian penduduknya berprofesi sebagai petani jambu biji merah secara turun-temurun dan sebagai salah satu komoditi andalan. Selain itu Desa Karangcengis juga memiliki kondisi geografis yang sangat mendukung untuk budidaya jambu biji merah.

Tidak terlepas dari permasalahan yang ada pada komoditi pertanian pada umumnya, di Desa Karangcengis juga mengalami permasalahan yaitu tidak stabilnya harga jambu biji merah di pasaran, harga jambu biji merah bisa sangat tinggi maupun rendah. Tidak stabilnya harga jambu biji merah tersebut bisa disebabkan oleh produksinya maupun karena saluran distribusi yang ada belum efisien. Saluran distribusi yang tidak efisien bisa dikarenakan lembaga saluran distribusi yang terlibat terlalu banyak, maupun biaya yang dikeluarkan terlalu besar.

Pada dasarnya pemasaran suatu barang mencakup perpindahan atau aliran dari dua hal, yaitu aliran fisik barang itu sendiri dan aliran kegiatan transaksi untuk barang tersebut.¹ Pemasaran sendiri merupakan salah satu aspek yang penting dalam menentukan harga jambu biji merah di tingkat petani hingga konsumen. Jika pemasaran yang ada sudah berjalan dengan efisien maka bisa

¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, hlm. 18.

meningkatkan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat baik lembaga pemasaran maupun petani. Peningkatan kesejahteraan itu bisa terwujud dengan adanya peningkatan pendapatan. Bagi petani, peningkatan produktivitas akan diikuti peningkatan pendapatan apabila jambu biji merah memiliki pasar yang bagus serta harga yang cenderung stabil sehingga *share* harga di tingkat petani bisa tinggi. Sedangkan bagi lembaga saluran distribusi, peningkatan pendapatan bisa dicapai apabila lembaga saluran distribusi petani jambu biji merah melakukan fungsi distribusi dengan efisien dan biaya lebih rendah. Jika jambu biji merah bisa bersaing di pasar maka hal ini bisa berimbas pada meningkatnya kesejahteraan pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran. Bisnis merupakan kegiatan ekonomis. Bisnis yang baik adalah bisnis yang membawa banyak untung.²

Pemasaran sendiri adalah salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah. Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai “sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk atau *value* dengan pihak lainnya”. Konsep ini berdasarkan konsep-konsep inti, seperti kebutuhan, keinginan dan permintaan produk-produk (barang-barang, layanan dan ide),

² Moko P. Astamoen, *Entrepreneurship*, Bandung: Alfabeta, 2008, hlm. 329.

value, biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan, pasar dan para pemasar, serta prospek.³

Pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari satu inisiator kepada stakeholdernya.⁴

Peluang usaha dapat diperoleh perusahaan melalui proses peninjauan lingkungan (*environmental scanning*) yang akan ditindaklanjuti dengan suatu analisis situasional (*situational analysis*) yang merupakan sebuah pengamatan secara sistematis terhadap berbagai peluang usaha yang terdapat di lingkungan eksternal perusahaan.⁵

Islam memandang bahwa suatu usaha atau perdagangan merupakan suatu sarana untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup manusia dalam kehidupan sehari-hari. Mustahil manusia dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya tanpa melibatkan bantuan dari orang lain. Bagi orang yang memiliki barang dapat menjual barangnya kepada pembeli. Kemudian bagi yang memiliki uang dapat membeli barang yang diinginkannya kepada penjual. Dengan demikian, akan terjadi suatu proses usaha atau perdagangan dalam rangka melengkapi dan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.⁶

Manajemen bisnis adalah seni dan ilmu sebagai alat untuk melakukan proses pengelolaan sumber daya dan dana melalui mekanisme fungsional dalam

³ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006, hlm. 25

⁴ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah.*, hlm. 26.

⁵ Ismail Solihin, *Memahami Business Plan*, Jakarta: Salemba Empat, 2007, hlm. 5.

⁶ Fadlillah Ibnu sidiq Al-Qadiri, *Strategi Aman Berbisnis Sukses*, Yogyakarta: Surya Media, 2009, hlm. 1.

rangka membuat suatu produk guna dipasarkan dan atau dijual agar mendapatkan keuntungan.⁷

Berdasarkan persoalan di atas, penulis tertarik meneliti mengenai: ***“Analisis Saluran Distribusi Petani Jambu Biji Merah Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Desa Karangcengis Kecamatan Bukateja Kabupaten Purbalingga)”***.

B. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi adanya kesalahpahaman, maka penulis akan memberikan penjelasan atau definisi operasional terhadap kata kunci (*keyword*) yang akan menjadi pembahasan dalam proposal ini.

1. Saluran

David A. Revzan mengatakan bahwa saluran merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai.⁸

2. Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi dan konsumsi. Berkat distribusi barang dan jasa dapat sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian kegunaan dari barang dan jasa akan lebih meningkat setelah dapat dikonsumsi.⁹

⁷ Eman Suherman, *Praktik Bisnis Berbasis Entrepreneurship*, Bandung: Alfabeta, 2011, hlm. 95.

⁸ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2008, hlm. 285.

⁹ Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: LaksBang Pressindo, 2012, hlm. 207.

3. Saluran Distribusi

Saluran Distribusi merupakan jalan atau rute yang dilalui oleh produk mulai dari produsen sampai ke tangan pelanggan akhir. Pihak-pihak yang berperan dalam saluran distribusi ini paling tidak ada dua pihak, yaitu produsen sebagai penjual atau orang yang melakukan kegiatan produksi dan pembeli sebagai pengguna atau orang yang menggunakan atau memakai barang atau jasa.¹⁰

Dalam perekonomian sekarang ini, sebagian besar produsen tidak langsung menjual barangnya ke pemakai akhir. Diantara produsen dan pemakai terdapat perantara pemasaran yang melakukan berbagai fungsi dan menyanggah berbagai nama. Beberapa perantara seperti pedagang besar dan pengecer, mempunyai hak atas barang itu dan menjual kembali barang dagang itu, mereka disebut pedagang perantara. Lainnya seperti broker, perwakilan perusahaan manufaktur dan agen penjualan mencari pelanggan dan melakukan negosiasi untuk produsen tetapi tidak memiliki hak atas barang itu, mereka disebut agen perantara. Yang lain lagi seperti perusahaan transportasi, pergudangan independen, bank dan agen periklanan membantu dalam pelaksanaan distribusi namun tidak berhak atas barang atau menegosiasi pembelian atau penjualan mereka disebut fasilitator.¹¹

¹⁰ Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran* ., hlm. 207.

¹¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2*, terj. Ansell Anitawati Hermawan. Jakarta: Salemba Empat, 2001, hlm. 682.

4. Konsep Distribusi Perspektif Ekonomi Islam

Pada sistem ekonomi Islam, perangkat utama aspek makronya adalah terciptanya sistem bisnis yang Islami. Sistem bisnis Islami inilah yang didambakan oleh pelaku ekonomi mikro dalam rangka membudayakan sistem pengelolaan bisnis yang berorientasi pada kebersamaan dalam kesejahteraan ekonomi bagi semua umat manusia. Dengan kata lain, sistem ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang berorientasi pada *rakhmatan lil'alam*.¹²

M. Anas Zarqa dalam *Islamic Distributive Schemes*, yang mengemukakan dasar dari distribusi dalam Islam yang meliputi pertukaran, kekuasaan dan norma yang berhubungan dengan nilai sosial serta sistem etika. Selanjutnya ia mengemukakan beberapa sarana utama dalam distribusi: pertukaran (*exchange*), kekuasaan (*power*), kontribusi sukarela (*voluntary contribution*) dan otoritas sosial (*social authority*). Di samping itu Zarqa menjelaskan pandangan syariah dalam distribusi yang meliputi a. Pemenuhan kebutuhan bagi semua makhluk; b. Menimbulkan efek positif bagi diri pemberi; c. Menciptakan kebaikan pada seluruh manusia; d. Mengurangi kesenjangan pada distribusi pendapatan dan kekayaan; e. Memanfaatkan dengan lebih baik sumber daya alam dan aset tetap; f. Memberi harapan bagi orang lain untuk melakukan pemberian.¹³

¹² Muslich, *Bisnis Syari'ah Perspektif Muamalah dan Manajemen*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2007, hlm. 39.

¹³ Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013, hlm. 17.

C. Rumusan Masalah

Masalah dasar yang diteliti dalam proposal ini dari latar belakang tersebut adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan saluran distribusi petani jambu biji merah di Desa Karangcengis?
2. Bagaimana pelaksanaan saluran distribusi petani jambu biji merah di Desa Karangcengis Perspektif Ekonomi Islam?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latarbelakang dan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini dapat merumuskan tujuan dari penelitian yaitu:

- a. Mengetahui pelaksanaan saluran distribusi petani jambu biji merah di Desa Karangcengis.
- b. Mengetahui pelaksanaan saluran distribusi petani jambu biji merah di Desa Karangcengis perspektif ekonomi Islam.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambahkan pengetahuan.
- b. Bagi petani, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang pentingnya distribusi sehingga dapat bermanfaat bagi petani.
- c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan pengetahuan.

E. Tinjauan Pustaka

Setelah melakukan penelusuran terhadap hasil-hasil penelitian khususnya skripsi, penulis menemukan beberapa skripsi yang berhubungan dengan penelitian ini, diantaranya;

Skripsi yang disusun oleh Amillati Program Studi ekonomi Islam Jurusan Syariah mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto tahun 2013 yang membahas tentang manajemen strategi Rumah Makan Indonesia perspektif ekonomi Islam, lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan dalam manajemen strateginya.¹⁴

Skripsi yang disusun oleh Afni Aulia Mariana Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Syariah mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto tahun 2011 yang membahas tentang strategi distribusi perusahaan sepatu di UD Vijaya Purwokerto perspektif ekonomi Islam.¹⁵

Skripsi yang disusun oleh Sri Yanthi Lantika Lumban Turoan Fakultas Pertanian mahasiswa Universitas Sumatera Utara Medan tahun 2007 yang membahas tentang macam atau jenis saluran pemasaran jeruk manis di daerah penelitian, mengetahui fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang dilakukan setiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran jeruk manis di daerah penelitian, mengetahui *share margin profit* produsen pada setiap saluran pemasaran jeruk

¹⁴ Amillati, "Manajemen Strategi Rumah Makan Perspektif Ekonomi Islam Pada Rumah Makan Indonesia di Purwokerto". Skripsi STAIN Purwokerto. 2013.

¹⁵ Afni Aulia Mariana, *Strategi Distribusi Perusahaan Sepatu Perspektif Ekonomi Islam*". Skripsi STAIN Purwokerto. 2011.

manis di daerah penelitian, mengetahui efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran jeruk manis di daerah penelitian.¹⁶

Skripsi yang disusun oleh Djoko Koestiono Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Brawijaya Malang tahun 2010 yang membahas tentang saluran pemasaran serta fungsi-fungsi pemasaran jeruk manis di daerah penelitian, menganalisis tingkat efisiensi pemasaran jeruk manis melalui analisis margin pemasaran, pendekatan efisiensi harga dan operasional pada setiap saluran pemasaran di daerah penelitian.¹⁷

Dari beberapa skripsi di atas, belum ada satupun sumber tulisan yang secara khusus meneliti tentang saluran distribusi petani perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini bersifat melengkapi penelitian-penelitian yang sebelumnya.

Telaah pustaka merupakan kajian tentang teori-teori yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan mendukung penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, penulis akan mengemukakan beberapa teori dan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

Deliyanti Oentoro dalam bukunya *Manajemen Pemasaran Modern*, Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain

¹⁶ Sri Yanthi Lantika Lumban Turoan, *Analisis Pemasaran Jeruk Manis Studi Kasus Desa Beganding, Kec. Simpang IV, Kab. Karo*. Universitas Sumatera Utara Medan. 2007.

¹⁷ Djoko Koestiono, *Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Manis Skripsi Universitas Brawijaya Malang*. 2010.

pengurangan resiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (klasifikasi) produk.¹⁸

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula dalam bukunya *Syariah Marketing*, Syariah marketing merupakan suatu proses bisnis yang keseluruhan prosesnya menerapkan nilai-nilai Islam. Suatu cara bagaimana memasarkan suatu proses bisnis yang mengedepankan nilai-nilai yang mengagungkan keadilan dan kejujuran.¹⁹ Maka, Syariah Marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada stakeholdersnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.²⁰

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan kerangka dari penelitian yang memberikan petunjuk mengenai pokok-pokok yang akan dibahas dalam penelitian. Sistematika penulisan ini terdiri dari tiga penelitian yang meliputi bagian awal, isi dan akhir, yaitu:

Bab Pertama. Pendahuluan. Membahas tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

¹⁸ Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, hlm....,3.

¹⁹ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006, hlm. 2.

²⁰ Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah*, hlm. 27.

Bab kedua. Landasan Teori. Dalam bab ini akan mengungkapkan teori-teori yang akan digunakan sebagai pisau analisa dalam penelitian skripsi ini.

Bab ketiga. Metode Penelitian. Meliputi: jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab keempat. Pembahasan. Dalam bab ini membahas tentang saluran distribusi yang dilakukan pada setiap saluran distribusi perspektif ekonomi Islam.

Bab kelima. Penutup. Pada bagian ini akan memuat tiga hal antara lain: kesimpulan, saran dan penutup.



IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

Dalam bab terakhir ini, penulis mencoba untuk menyimpulkan segala sesuatu yang penulis kemukakan pada bab-bab sebelumnya. Selain itu, penulis berusaha mengemukakan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan, khususnya yang berkaitan dengan pelaksanaan saluran distribusi.

A. Kesimpulan

Hasil penelitian yang di dapat dalam “Analisis Saluran Distribusi Pemasaran Jambu Biji Merah di Desa Karangcengis Kecamatan Bukateja Kabupaten Purbalingga Menurut Perspektif Ekonomi Islam” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Proses pelaksanaan saluran distribusi petani jambu biji merah di Desa Karangcengis dilakukan dengan distribusi selektif dimana menggunakan lebih dari satu perantara penjualan. Dalam pelaksanaan saluran distribusi tidak selamanya berjalan dengan lancar, ada kalanya terdapat hambatan-hambatan yang mengganggu aktivitas pelaksanaan saluran distribusi seperti persaingan di pasar, keterlambatan pembayaran piutang, keterbatasan persediaan.

2. Pelaksanaan saluran distribusi petani jambu biji merah di Desa Karangcengis perspektif ekonomi Islam menggunakan kiat-kiat dalam membangun citra *uswah* Rasulullah SAW.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan di atas maka penulis mencoba memberikan saran. Melalui saran diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan guna memperbaiki pelaksanaan saluran distribusi terutama untuk kemajuan di Desa Karangcengis dimasa yang akan datang. Adapun saran-sarannya sebagai berikut:

1. Bagi Distributor

Pelaksanaan saluran distribusi petani jambu biji merah di Desa Karangcengis telah dilakukan melalui berbagai tahapan dan sesuai dengan saluran distribusi yang ada, namun diharapkan distributor dapat lebih baik dan lebih selektif dalam memilih perantara sehingga dapat meminimalisir terjadinya masalah-masalah yang dihadapi dalam perusahaan.

2. Bagi Akademisi

Saran yang dapat penulis berikan kepada bagian akademik yaitu apabila penelitian Skripsi yang akan dilakukan adalah mengenai pelaksanaan saluran distribusi yang ada di suatu perusahaan, agar dapat mencari data sebanyak mungkin khususnya data yang bersangkutan dengan saluran distribusi suatu barang yang ada pada perusahaan tersebut guna mendukung kevalidan data Skripsi yang ditulisnya agar lebih dapat dipertanggungjawabkan.

Demikian kesimpulan dan saran yang dapat penulis kemukakan sehubungan dengan penelitian yang dilaksanakan terhadap bagian pemasaran khususnya saluran distribusi petani jambu biji merah di Desa Karangcengis. Semoga apa yang dikemukakan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan dalam setiap pengambilan keputusan yang berkaitan dengan masalah-masalah saluran distribusi yang digunakan di Desa Karangcengis.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qadiri, Fadlillah Ibnu sidiq. 2009. *Strategi Aman Berbisnis Sukses*. Yogyakarta: Surya Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Saiffuddin. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2004. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research Jilid 2*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Hartono, Jogyanto. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- J. Moleong, Lexy. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2*. Terj. Ansella Anitawati Hermawan. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Terj. Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muslich. 2007. *Bisnis Syari'ah Perspektif Mu'amalah dan Manajemen*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Noor, Ruslan Abdul Ghofur. 2013. *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.

- P. Astamoen, Moko. 2008. *Entrepreneurship*. Bandung: Alfabeta.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari. 2009. *Islamic Economics*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 1989. *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Solihin, Ismail. 2007. *Memahami Business Plan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suherman, Eman. 2011. *Praktik Bisnis Berbasis Entrepreneurship*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. 2012. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.



IAIN PURWOKERTO