



Prodi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

JUMILDA DIAN JOSIA  
Dr. H. SUPARDI, M.Ag

# STRATEGI PEMASARAN *SUPERVISOR* DALAM DISTRIBUSI PRODUK DITINJAU DARI DISTRIBUSI EKONOMI ISLAM (Studi Di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)



Editor :  
DEBBY ARISANDI, MBA

**STRATEGI PEMASARAN *SUPERVISOR* DALAM  
DISTRIBUSI PRODUK DITINJAU DARI  
DISTRIBUSI EKONOMI ISLAM**

**(Studi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**OLEH :**

**JUMILDA DIAN JOSA**  
**NIM 1811130066**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI  
SUKARNO BENGKULU**

**BENGKULU, 2022 M/1444 H**

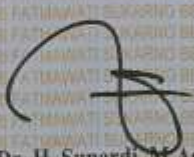
## PERSETUJUAN PEMBIMBING


Skripsi yang ditulis oleh Jumilda Dian Josa, NIM 1811130066 dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN SUPERVISOR DALAM DISTRIBUSI PRODUK DITINJAU DARI DISTRIBUSI EKONOMI ISLAM (Studi Di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)”** Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *Munaqosyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bismis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Bengkulu, Agustus 2022 M  
Muharam 1444 H

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Dr. H. Supardi, M. Ag**  
NIP. 196504101993031007

  
**Debby Arisandi, MBA**  
NIP. 198609192019032012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telp: (0780) 91171  
Website: www.uinfatmawati.ac.id

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran *Supervisior* Dalam Distribusi Produk Ditinjau Dari Distribusi Ekonomi Islam (Studi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)", oleh Jumilda Dian Josa NIM. 1811130066, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UIN FAS) Bengkulu pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 7 Juli 2022

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberikan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, Agustus 2022 M  
Muharam 1444 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Eka Sri Wahyuni, SE, MM  
NIP. 197705092008012014

Sekretaris

Noile Afranty, ME  
NIP. 199304242018012002

Penguji

Eka Sri Wahyuni, SE, MM  
NIP. 197705092008012014

Penguji II

Kustin Hartini, MM  
NIDN. 2002038102

Mengetahui,  
Dekan



Dr. H. Supardi, M. Ag  
NIP. 196504101993031007

## **MOTTO**

Mohonlah pertolongan (kepada Allah)  
dengan sabar dan sholat. Dan (sholat) itu sungguh berat  
kecuali bagi orang-orang yang khusyuk  
(Q.S Al-Baqarah: 45)

Jangan pernah mengeluh ketika kamu  
ketinggalan dari orang lain, tetapi tingkatkanlah  
semangat pantang menyerahmu dengan sabar, berdoa dan  
bertawakal kepada Allah SWT. Karena ketahuilah  
ada Allah yang selalu bersamamu untuk  
mewujudkan semua cita-citamu.  
(Jumilda Dian Josa)

## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillah Alhamdulillahirobbil alamiin*

Puji serta syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih, Maha Penyayang dan Maha Agung yang selama ini telah memberikan saya kesabaran, kekuatan serta memberikan orang-orang yang sangat luar biasa di hidup saya, yang selalu menemani, mendoakan dan mendukung saya untuk mencapai semua keinginan dan cita-cita saya.

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang luar biasa di hidup saya dan yang saya sayangi yaitu :

1. Kedua orang tua ku, Ayahku Bajjoni dan Ibuku Dahniar yang tidak ada hentinya selalu memberikan saya doa, kasih sayang, dukungan, semangat dan pengorbanan yang luar biasa.
2. Untuk Bakdang ku A. Kasim Samad dan Makdang ku Yulidarti terima kasih atas dukungan dan kasih sayang yang kalian berikan selama ini untukku.
3. Untuk saudari ku Nadia Rizkian Josa, Kartika Dwi Putri, Pipin Apriani dan saudaraku Karta Eka Putra terima kasih atas semua support, kasih sayang dan dukungan yang kalian berikan selama ini.
4. Terima kasih kepada seluruh anggota keluargaku yang selama ini selalu mendoakanku dan memberikan motivasi serta dukungannya.

5. Bapak Dr. H. Supardi, M.Ag selaku pembimbing I, dan Ibu Debby Arisandi, MBA selaku pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan masukan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu dosen besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang sudah mendidik dan memberikan saya ilmu, pengetahuan serta wawasan dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati.
7. Guru-guruku dari sekolah TK, SD, SMP, SMA sampai Perguruan Tinggi, terima kasih atas ilmu yang sudah kalian berikan kepada saya selama ini.
8. Sahabat-sahabatku dan teman seperjuanganku yang senantiasa memberikan masukan, motivasi, dukungan dan semangat selama ini Nanda, Ayu, Losyi, Ines, Inke, Nabella, Thesa, Delti, Yulia, Pira dan seluruh teman kelas Ekonomi Syariah B yang tidak bisa ku persebutkan satu-persatu.
9. Untuk abang M. Adi Susanto Aji Hasman yang sering menyebalkan, terima kasih atas semangat dan dukungannya selama ini untuk adek.
10. Almamater yang telah menempuhku dan mengiringi langkahku dalam menggapai cita-cita.



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul "**Strategi Pemasaran Supervisor Dalam Distribusi Produk Ditinjau Dari Distribusi Ekonomi Islam (Studi Di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)**" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UNFAS Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
  2. Skripsi ini murni gagasan pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
  3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan tercantum sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
- Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh karena skripsi ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Agustus 2022 M  
Muharam 1444 H

Saya yang menyatakan



Jumilda Dian Josa  
NIM. 1811130066



## **ABSTRAK**

Strategi Pemasaran *Supervisor* Dalam Distribusi Produk

Ditinjau Dari Distribusi Ekonomi Islam

(Studi Di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)

Oleh Jumilda Dian Josa, NIM 1811130066

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran *supervisor* dalam distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu dan untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap strategi distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *supervisor* dalam distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu ada 3 yaitu pertama, memperkenalkan produk serta menjelaskan promo-promo yang ada. Kedua, target perkunjungan minimal 20 tempat setiap harinya. Ketiga, pemasangan stiker dan poster di berbagai tempat. Dan strategi ini menggunakan bauran pemasaran. Untuk tinjauan ekonomi islam terhadap strategi distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu yaitu *supervisor* dan salesmen melakukan pendistribusian produk sesuai dengan prinsip distribusi dalam islam yaitu prinsip keadilan, kebebasan dan persaudaraan.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Distribusi Produk, Ekonomi Islam*

## **ABSTRACT**

*Marketing Strategy Supervisor in Product Distribution*

*Judging from the Islamic Economic Distribution*

*(Study at PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)*

*By Jumilda Dian Josa, NIM 1811130066*

*The purpose of this study is to determine the supervisor's marketing strategy in product distribution at PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu and to find out an overview of Islamic economics on product distribution strategies at PT. Bengkulu Eternal Red Pine. The type of research conducted is field research with a qualitative descriptive approach. The results showed that the supervisor's strategy in product distribution at PT. There are 3 Pinus Merah Abadi Bengkulu, namely first, introducing the product and explaining the existing promos. Second, the target of visiting at least 20 places every day. Third, the installation of stickers and posters in various places. And this strategy uses the marketing mix. For an Islamic economic review of the product distribution strategy at PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu, namely supervisors and salesmen, distribute products according to distribution principles in Islam, namely the principles of justice, freedom and brotherhood.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Product Distribution, Islamic Economy*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmad, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran *Supervisor* Dalam Distribusi Produk Ditinjau Dari Distribusi Ekonomi Islam (Studi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)”**. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya, terselesaikannya penyusunan skripsi ini berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain Dali, M.Pd selaku Rektor UINFAS Bengkulu yang telah memberikan berbagai fasilitas dalam menimba ilmu pengetahuan di UINFAS Bengkulu.
2. Dr. H. Supardi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang selalu mendorong keberhasilan penulis.
3. Dr. H. Supardi, M.Ag selaku Pembimbing I, yang senantiasa sabar dan tabah dalam mengarahkan dan memberikan petunjuk serta motivasinya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Debby Arisandi, MBA selaku Pembimbing II, yang senantiasa sabar dan tabah dalam mengarahkan dan memberikan petunjuk

serta motivasinya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Pihak Perpustakaan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah membantu penulis dalam mencari referensi.
6. Semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini.

Bengkulu, Agustus 2022 M  
Muharam 1444 H

**Jumilda Dian Josa**  
NIM 1811130066

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan masalah .....	8
C. Tujuan penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	8
E. Penelitian terdahulu .....	9
F. Metode penelitian	
1. Jenis dan pendekatan penelitian .....	13
2. Waktu dan lokasi penelitian .....	14
3. Informan penelitian .....	14
4. Sumber data dan teknik pengumpulan data .....	15
5. Teknik analisis data .....	20

## **BAB II KAJIAN TEORI**

A. Manajemen Pemasaran Syariah	
A. Pengertian Manajemen Pemasaran Syariah .....	22
B. Pengertian Pemasaran Syariah .....	22
C. Etika Dalam Pemasaran Syariah .....	23
D. Bauran Pemasaran .....	27
B. Strategi Distribusi	
A. Pengertian strategi distribusi .....	29
B. Jenis strategi distribusi .....	30
C. Saluran distribusi .....	31
D. Dasar pendistribusian Produk Dalam Islam .....	32
C. Strategi Distribusi Dalam Pandangan Ekonomi Islam	
A. Prinsip keadilan .....	33
B. Prinsip kebebasan .....	34
C. Prinsip persaudaraan .....	35

## **BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

A. Gambaran umum PT Pinus Merah Abadi .....	38
B. Visi dan misi PT Pinus Merah Abadi .....	39
C. Struktur organisasi PT Pinus merah Abadi .....	39
D. Produk PT Pinus merah Abadi .....	42

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	43
B. Pembahasan .....	55

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	66
---------------------	----

B. Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4. 1 Data Informan .....	43
--------------------------------	----

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3. 1 Struktur PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu ..... 40

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Ekonomi islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah ekonomi-ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai islam. Dengan fitrahnya, ekonomi syariah merupakan satu sistem yang dapat mewujudkan keadilan ekonomi bagi seluruh umat. Sedangkan dengan ciri khasnya, ekonomi islam dapat menunjukkan jati dirinya dengan segala kelebihanannya pada setiap sistem yang dimilikinya.<sup>1</sup>

Sistem ekonomi berbasis Islam menghendaki bahwa dalam hal pendistribusian harus berdasarkan dua pondasi penting, yaitu kebebasan dan keadilan kepemilikan. Kebebasan disini adalah kebebasan dalam bertindak yang di bingkai oleh nilai-nilai agama dan keadilan. Keberadilan dalam pendistribusian ini tercermin dari larangan dalam Alquran agar supaya harta kekayaan tidak diperbolehkan menjadi barang dagangan yang hanya beredar diantara orang-orang kaya saja, akan tetapi diharapkan dapat memberi kontribusi kepada kesejahteraan masyarakat sebagai suatu keseluruhan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar, Paradigma, Pengembangan Ekonomi Syariah*, (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2017), h. 16-17

<sup>2</sup> F. X. Bhakti Hendrakusuma, "Kajian Teori Distribusi Dalam Ekonomi Syariah", *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan*, Vol. 8, No. 2, 2018, h. 173-173

Seperti yang disampaikan dalam QS. Al-Hasyr :7 yaitu yang berbunyi:

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ  
وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ  
السَّبِيلِ ۚ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً ۚ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ  
مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ  
عَنْهُ فَآ

نْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ

*Artinya: Harta rampasan (fai') dari mereka yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (yang berasal) dari penduduk beberapa negeri, adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak-anak yatim, orang-orang miskin dan untuk orang-orang yang dalam perjalanan, agar harta itu jangan hanya 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. Sungguh, Allah sangat keras hukuman-Nya.*

Islam mengakui sistem hak milik pribadi secara terbatas, setiap usaha apa saja yang mengarah ke penumpukan kekayaan yang tidak layak dalam tangan segelintir orang dikutuk. Al-Qur'an menyatakan agar si kaya mengeluarkan sebagian dari rezekinya untuk kesejahteraan

masyarakat, baik dengan jalan zakat, shodaqah, hibah, wasiat dan sebagainya, sebab kekayaan harus tersebar dengan baik.

Pemasaran menurut perspektif syariah yaitu kegiatan berbisnis yang memungkinkan siapapun melakukannya bertumbuh serta mempergunakan kemanfaatannya yang dilandasi sikap kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai dengan prinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam. Dalam perspektif syariah memandang bahwa sektor pemasaran merupakan suatu sektor pemenuhan kebutuhan hidup yang dibolehkan, asalkan dilakukan dengan cara yang benar yang jauh dari unsur kebatilan.<sup>3</sup> Sebagaimana yang di jelaskan dalam surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا ۗ لَا آمَنُوا الَّذِينَ يَآئِيهَا  
عَنْ تِجَارَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا ۗ بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ  
اللَّهُ إِنَّ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُونَ ۗ وَلَا مِّنْكُمْ تَرَاضٍ  
رَّحِيمًا بِكُمْ كَانَ

*Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan*

---

<sup>3</sup> Mahilda Anastasia Putri dan Renny Oktafia, "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasih Tulangan Sidoarjo", *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*, Vol. 4, No. 2, 2021, h. 435

*yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.*

Dari terjemahan ayat di atas, menunjukkan bahwa segala kegiatan ekonomi, dapat dijalankan dengan upaya pemasaran perdagangan atau yang benar dan yang jauh dari unsur kebatilan.

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran, dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Strategi pemasaran salah satunya untuk memenangkan keunggulan dalam bersaing baik untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dibutuhkan pendekatan-pendekatan analisis dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam sebuah pabrik atau perusahaan, agar mampu dalam menghadapi perubahan lingkungan internal maupun eksternal.<sup>4</sup>

Distribusi tidak lepas dari konsep moral ekonomi yang dianut. Apabila konsep dasar yang diterapkan adalah sistem kapitalis, maka permasalahan distribusi yang akan timbul adalah adanya perbedaan yang mencolok pada kepemilikan, pendapatan dan harta peninggalan. Jika asas yang mereka

---

<sup>4</sup> Nur Fadilah, "Pengertian, Konsep dan Strategi Pemasaran Syariah", *Jurnal Salimiya*, Vol. 1, No. 2, 2020, h. 202

anut adalah sosialisme, maka sistem ini lebih melihat kepada kerja sebagai asas dasar dari distribusi pendapatan. Dan hasil yang nantinya akan diperoleh tergantung pada usaha mereka. Oleh karena itu kemampuan (*capability*) dan bakat (*talent*) seseorang sangatlah berpengaruh pada distribusi pendapatan. Dan untuk mewujudkan kebersamaan, negara mempunyai seperangkat aturan dan ketetapan yang mengatur alokasi produksi dan cara pendistribusian kekayaan alam serta sumber-sumber ekonomi lainnya.<sup>5</sup>

Terdapat dua sistem distribusi dalam islam yakni: distribusi secara komersial dan mengikuti mekanisme pasar serta sistem distribusi yang bertumpu pada aspek keadilan sosial masyarakat. Distribusi yang bertumpu pada aspek keadilan sosial masyarakat dilakukan dengan cara adanya aliran barang maupun jasa yang diberikan oleh salah satu pihak kepada pihak lain, tanpa meminta timbal balik dari pihak tersebut.<sup>6</sup>

Distribusi dalam sistem ekonomi Islam pada hakikatnya mempertemukan kepentingan konsumen dan produsen dengan tujuan kemaslahatan umat. Pelaku distribusi kini telah menjadi pelaku ekonomi dominan di samping konsumen dan produsen. Distribusi dalam

---

<sup>5</sup> F. X. Bhakti Hendrakusuma, "Kajian Teori Distribusi Dalam Ekonomi Syariah", *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, Vol. 8, No. 2, 2018, h. 167

<sup>6</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktifitas Ekonomi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), h. 115



pandangan Islam didasarkan pada dua nilai manusiawi yang sangat mendasar dan penting sebagaimana Rozalinda yang mengutip Yusuf Qordowi, bahwa distribusi dalam islam berdasar pada nilai kebebasan dan nilai keadilan.<sup>7</sup>

Strategi distribusi berkenaan dengan penentuan dan manajemen saluran distribusi yang dipergunakan oleh produsen untuk memasarkan barang dan jasanya, sehingga produk tersebut dapat sampai di tangan konsumen sasaran dalam jumlah dan jenis yang dibutuhkan, pada waktu diperlukan, dan ditempat yang tepat.<sup>8</sup>

PT Pinus Merah Abadi adalah sebuah perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang penjualan dan distribusi makanan ringan. PT Pinus Merah Abadi mempunyai beberapa cabang di berbagai kota, salah satunya adalah PT Pinus Merah Abadi cabang Bengkulu. PT Pinus Merah Abadi yaitu perusahaan distribusi yang fokus terhadap pengembangan sumber daya manusia, sistem distribusi, inventaris dan menjalankan praktik perusahaan yang baik. Barang yang dijual dan didistribusikan oleh PT Pinus Merah Abadi Bengkulu adalah makanan ringan dengan omset bulanan mencapai 2,5 miliar rupiah.<sup>9</sup> Sesuai dengan Kebijakan mutu PT Pinus Merah Abadi Bengkulu yaitu

---

<sup>7</sup> Abdul Qodir, "Efisiensi Distribusi Pendapatan Dalam Ekonomi Islam", *Jurnal Mozaic Islam Nusantara*, Vol. 7, No. 1, 2021, h. 52

<sup>8</sup> Reza Fahrizi Hernanta, "Strategi Distribusi", *Jurnal Ilmiah*, Vol. 6, No. 2, 2016, h.4

<sup>9</sup> Gumardeko, *Menejer*, Dokumentasi Pada Tanggal 22 April 2022

menerapkan sistem manajemen mutu dan mendapatkan respek pada seluruh pelanggan, mematuhi peraturan undang-undang terkait mutu peningkatan yang berkesinambungan semua unit kerja organisasi dan meningkatkan kualitas sdm.

Supervisor adalah seseorang yang diberi tugas atau seorang yang mempunyai jabatan untuk mengawasi dan mengarahkan rekan kerja bawahannya dalam melakukan suatu pekerjaan.<sup>10</sup> Seorang supervisor di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu ini memiliki suatu tugas untuk mencapai tujuan perusahaan.

Supervisor di perusahaan ini bertugas menentukan strategi pendistribusian produk dan berperan dalam membuat kelompok/team sales untuk diberi tugas dalam hal distribusi barang. Karena pendistribusian produk di perusahaan ini sering terjadi kesulitan untuk mengontrol aktivitas salesmen dalam hal target penjualan setiap bulannya dan kesulitan dengan jarak yang relatif jauh antara satu daerah dengan daerah yang lainnya.<sup>11</sup> Dengan demikian strategi dalam pendistribusian produk harus dilakukan, sehingga hasil dari pelaksanaan distribusi tersebut dapat berjalan dengan baik.

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa dalam hal strategi distribusi produk harus sesuai dengan ketentuan

---

<sup>10</sup> Rikky Panggabean Dan Nelly Astuti Hasibuan, “Penerapan Preference Selection Index (PSI) Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pengangkatan Supervisor Housekeeping”, *Jurnal Resolusi: Rekayasa Teknik Informatika Dan Informasi*, Vol. 1, No. 2, 2020, h. 86

<sup>11</sup> Jimmi Calter, *Supervisor*, Wawancara Pada Tanggal 23 April 2022

dalam islam. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Strategi Pemasaran *Supervisor* Dalam Distribusi Produk Ditinjau Dari Ekonomi Islam.”

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pemasaran *supervisor* dalam distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap strategi distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran *supervisor* dalam distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu.
2. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap strategi distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang bisa diberikan dari hasil penelitian ini yaitu kegunaan secara teoritis dan praktis.

### **1. Kegunaan Secara Teoritis**

Dimana dari penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan masukan, informasi dan referensi bagi peneliti berikutnya.

### **2. Kegunaan Secara Praktis**

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi manajemen PT. Pinus merah Abadi dan

perusahaan lainnya dalam upaya untuk menetapkan strategi dalam pendistribusian produk sesuai dengan ajaran islam.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

1. Jurnal nasional yang ditulis oleh Budi Jatmiko dengan judul “Strategi Distribusi Produk Teh Botol Sosro Oleh Pt. Sinar Sosro Cabang Kendari.” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi-strategi distribusi produk the botol sosro. Metode penelitiannya menggunakan penelitian kualitatif deskriptip. Hasil penelitian ini yaitu strategi distribusi produk teh botol sosro yang dilakukan oleh PT. Sinar Sosro cabang kendari menggunakan strategi distribusi langsung untuk menguasai pasar dan menghadapi pesaing.<sup>12</sup> Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi distribusi. Perbedaannya yaitu di dalam penelitian ini menjelaskan tentang strategi distribusi produk minuman teh botol sosro, Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menjelaskan tentang strategi distribusi produk makanan ringan.
2. Jurnal nasional yang ditulis oleh Siti Naliatur Rohmah, Hety Mustika Ani dan Sri Kantun dengan judul “Strategi Distribusi Pada Cv. Lahan Mas di Desa Baletbaru Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.” Penelitian

---

<sup>12</sup> Budi Jatmiko, “Strategi Distribusi Produk Teh Botol Sosro Oleh PT. Sinar Sosro Cabang Kendari”, *Jurnal Komastie*, Vol. 1, No. 1, 2020

ini bertujuan untuk mengetahui strategi distribusi pada CV. Lahan Mas di Desa Baletbaru Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Metode dalam penelitian ini memakai pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini yaitu CV. Lahan Mas menerapkan strategi distribusi intensif. Distribusi yang digunakan oleh CV. Lahan Mas ada 2 yaitu distribusi langsung dan distribusi tidak langsung.<sup>13</sup> Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi distribusi produk. Perbedaannya yaitu di dalam penelitian ini menjelaskan tentang strategi pendistribusian produk beras. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menjelaskan tentang strategi pendistribusian produk makanan ringan.

3. Penelitian yang ditulis oleh Vira Nurfauzia dan Khusnul Fikriyah dengan judul "Implementasi Strategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan Umrah Dalam Perspektif Pemasaran Syariah". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran biro perjalanan umrah dalam perspektif pemasaran syariah. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan pelaksanaan strategi pemasaran yang

---

<sup>13</sup> Siti Naliatur Rohmah, Heti Mustika Ani Dan Sri Kantun, "Strategi Distribusi Pada CV. Lahan Mas di Desa Baletbaru Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember", *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol.14, No. 2, 2020, h. 295-296

dilakukan oleh PT.Nur Dhuha wisata telah sesuai dengan prinsip pemasaran syariah yang terdiri dari prinsip ketauhidan atau ketakwaan, prinsip kesatuan manusia atau keadilan, serta prinsip keyakinan akan kesatuan dunia dan akhirat . Perbedaannya yaitu di penelitian ini menjelaskan Strategi Pemasaran pada biro perjalanan umrah dalam perspektif pemasaran syariah, sedangkan penelitian penulis menjelaskan strategi pemasaran supervisor dalam distribusi produk ditinjau dari distribusi ekonomi islam.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Izzuddin, Budi Santoso dan Thasya Moulinda dengan judul strategi Pemasaran Syariah Produk Kuliner Bumdes. Tujuan penelitian ini yakni untuk menganalisa faktor-faktor yang menjadi kelebihan, kekurangan serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh bumdes bossmuda di desa panti. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian, kami menyarankan beberapa strategi yang bisa dijalankan yaitu Bumdes bekerjasama dengan PT Perkebunan XII Panti yang menghasilkan kopi, Bumdes menjadi distributor kopi pada warung kopi, café, dan toko-toko ritel, Peningkatan kapasitas produksi kopi, Mengolah ketela hasil panen warga menjadi produk kreatif, atau membantu warga menjadi pengusaha pengolahan

ketela, Bumdes membuat program pariwisata dengan berlatarkan persawahan, atau perkebunan dan Membangun usaha ternak kambing. Strategi pemasaran syariah yang kami sarankan, juga tertuang pada strategi bauran pemasaran yaitu bumdes harus menunjukkan kualitas produknya, kemudian menetapkan harga yang kompetitif, dan meletakkan produknya ketempat-tempat yang mudah dijangkau oleh target konsumen, selain itu bumdes harus mulai mengenalkan produknya melalui promosi yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Perbedaannya dalam penelitian ini yaitu menjelaskan tentang strategi pemasaran syariah produk kuliner bumdes, sedangkan penelitian penulis menjelaskan strategi distribusi produk makanan ringan.

5. Penelitian yang ditulis oleh Mahilda Anastasia Putri dan Renny Oktafia dengan judul "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo". Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapat gambaran mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing, dan untuk mengetahui seberapa efektif pelaksanaan strategi pemasaran yang telah dilakukan. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu analisis efektifitas strategi pemasaran menunjukkan adanya



peningkatan penjualan dari bulan ke bulan dan pernah mengalami penurunan penjualan hal ini dapat dijadikan sebagai acuan efektifitas strategi pemasaran dalam persaingan antar pabrik kerupuk. Perbedaannya di penelitian ini menjelaskan strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan daya saing UMKM, sedangkan penelitian penulis menjelaskan strategi pemasaran supervisor dalam distribusi produk.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian**

#### **a. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) dimana penelitian ini mencakup keseluruhan yang terjadi di lapangan dengan tujuan untuk mempelajari secara mendalam tentang latar belakang keadaan sekarang.<sup>14</sup>

#### **b. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang dilakukan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan fenomena atau mengumpulkan data-data yang ada dan fakta sesuai dengan apa adanya.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 10

<sup>15</sup> Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Social, Pendidikan, Kebudayaan Dan Keagamaan*, (Bandung: NILACAKRA, 2018), h. 10

## **2. Waktu Dan Lokasi Penelitian**

Waktu yang digunakan untuk penelitian ini diperkirakan akan dilakukan mulai dari bulan Februari-Juli tahun 2022. Dan penelitian akan dilakukan di PT. Pinus Merah Abadi, yang berlokasi di Jl. Depati Payung Negara, Kelurahan Sukarami, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu.

## **3. Informan Penelitian**

Menurut Burhan Bungin informan penelitian adalah subjek yang dijadikan sebagai pelaku atau orang lain yang memahami objek penelitian yang akan diteliti penulis. Dimana subjek yang dijelaskan tersebut adalah orang-orang yang akan memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan peneliti.<sup>16</sup>

Dengan alasan teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu yaitu orang-orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang dibutuhkan penulis atau mungkin sebagai penguasa dan yang paling lama bekerja seperti: menejer sebagai pimpinan perusahaan, dua orang supervisor sebagai perumus strategi pendistribusian produk dan tiga orang salesmen sebagai pembantu pelaksanaan pendistribusian

---

<sup>16</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 78

produk makanan ringan di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu.

#### **4. Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

##### **a. Data Primer**

Menurut Sugiono data primer ialah sumber data yang didapat dari seorang pengumpul data secara langsung tanpa seorang perantara.<sup>17</sup>

Menurut Suryani dan Hendryadi data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.<sup>18</sup>

Menurut Eri Barlian data primer adalah data yang diterima langsung oleh sumber data.<sup>19</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber data yang ada di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

##### **b. Data Sekunder**

---

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 137

<sup>18</sup> Suryani Dan Hendryadi, *Metode Riset Kualitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2018), h. 171

<sup>19</sup> Eri Barlian, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Padang: Sukabina Press, 2016), h. 36

Menurut Sugiyono data sekunder ialah sumber data yang didapatkan dari seorang pengumpul data secara tidak langsung dalam memberikan data tersebut, tapi harus melewati orang lain atau lewat dokumen.<sup>20</sup>

Menurut Eri barlian data sekunder adalah data yang didapatkan dari pihak ketiga atau pengumpul data melalui dokumen.<sup>21</sup>

Menurut Suryani dan Hendryadi data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi , sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.<sup>22</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung, tetapi melalui orang ketiga yang sudah terlebih dahulu melakukan penelitian atau mendapatkan data yang sudah dikumpulkan terlebih dahulu oleh orang lain, dan data tersebut didapatkan bisa lewat dokumen.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

- a. Observasi

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 137

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Padang: Sukabina Press, 2016), h. 36

<sup>22</sup> Suryani Dan Hendryadi, *Metode Riset Kualitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2018), 171

Menurut Sudaryono observasi adalah sebuah pengamatan secara langsung, yaitu dimana peneliti akan melakukan pengamatan langsung terhadap gejala-gejala dan subyek yang diteliti.<sup>23</sup>

Menurut Rulam Ahmadi observasi adalah suatu pengamatan yang dilakukan untuk memperoleh informasi atau data sebagaimana tujuan penelitian.<sup>24</sup>

Menurut Djam'an Satori dan Aan Komariah observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.<sup>25</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa observasi adalah sebuah kegiatan pengamatan terhadap suatu objek untuk memperoleh data-data atau informasi yang dibutuhkan peneliti dalam penelitiannya.

b. Wawancara

Menurut Lexy J. Moleong wawancara ialah sebuah percakapan tanya jawab lisan yang dilakukan secara langsung dengan tujuan tertentu

---

<sup>23</sup> Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2016), h. 159

<sup>24</sup> Rulam Ahmadi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), h. 16

<sup>25</sup> Djam'an Satori Dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 105

oleh orang-orang yang terlibat. Dimana percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang bertugas mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai bertugas memberikan jawaban dari pertanyaan itu.<sup>26</sup>

Merunut Muri Yusuf wawancara adalah percakapan tatap muka antara pewawancara dan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang telah diteliti dan dirancang sebelumnya.<sup>27</sup>

Menurut Sugiono wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.<sup>28</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui tatap muka antara pewawancara dengan yang diwawancarai, dimana pewawancara menanyai langsung tentang suatu objek yang dia butuhkan untuk penelitiannya kepada yang diwawancarai, sedangkan yang diwawancarai menjawab pertanyaan dari pewawancara.

---

<sup>26</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), h. 186

<sup>27</sup> Muri Yusuf, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 372

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 195

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada para informan yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti. Teknik ini sangat membantu peneliti untuk mengetahui apa strategi pendistribusian produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu.

c. Dokumentasi

Menurut Hardani dkk dokumentasi merupakan cara pengumpulan semua data-data dari dokumen yang sudah ada di sebuah perusahaan tersebut, dimana seseorang akan mencatat data-data yang sudah ada itu sebagai bahan penelitiannya.<sup>29</sup>

Menurut Juliansyah Noor dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang ada atau tersimpan yang biasanya data tersebut berbentuk surat, catatan harian, dokumen, laporan dan foto.<sup>30</sup>

Menurut Imam Gunawan dokumentasi adalah pemberian peluang dari suatu perusahaan kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi diwaktu silam.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), h. 123

<sup>30</sup> Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2011), h. 141

<sup>31</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017), h. 175



Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa dokumentasi adalah sebuah teknik untuk melakukan pengumpulan data-data yang sudah ada dalam perusahaan yang berupa surat-surat, dokumen, laporan, foto. Dan nanti peneliti tinggal memilih mana data yang dibutuhkan untuk penelitiannya.

Dalam hal ini dokumentasi sebagai pelengkap data dari hasil wawancara. Teknik dokumentasi yang dilakukan penulis terdiri dari pengumpulan hasil wawancara dengan informan atau narasumber dalam format gambar/foto dan dokumen.

## **5. Teknik Analisis Data**

Menurut Burhan Bungin teknik analisis data kualitatif yaitu teknik analisis yang berkaitan dengan metode pengumpulan data dan analisis data dimana dalam penelitian ini peneliti melakukan dengan cara menganalisis data-data yang sudah dikumpulkan dari hasil wawancara dan observasi di PT. Pinus Merah abadi Bengkulu, sehingga akhirnya dapat ditarik kesimpulan.<sup>32</sup>

Metode ini digunakan untuk mendiskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan baik data hasil wawancara, maupun observasi, selama mengadakan penelitian di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu.

---

<sup>32</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 79

- a. Reduksi data dalam penelitian ini peneliti melakukan suatu proses merangkum, memilih hal-hal pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, karena data yang sudah peneliti reduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Sehingga nantinya peneliti bisa menarik kesimpulan dari data yang ditemukan.
- b. Penyajian data, penyajian data dilakukan setelah tahap reduksi data dengan menyusun data yang diperoleh dari hasil reduksi yang melalui wawancara dan observasi, dan kemudian disimpulkan berdasarkan masalah pada penelitian yang akan dituju peneliti.
- c. Penarikan kesimpulan langkah terakhir dari analisis data yaitu menarik kesimpulan dari data yang sudah dikumpulkan dengan lebih rinci, lebih dalam dan lebih jelas.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Manajemen Pemasaran Syariah**

##### **1. Pengertian Manajemen Pemasaran Syariah**

Manajemen pemasaran dalam perspektif Islam semua kegiatan yang dilakukan dalam bisnis berupa kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*), yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya dapat tumbuh dan mampu mendayagunakan kemanfaatannya berlandaskan pada kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.<sup>33</sup>

##### **2. Pengertian pemasaran syariah**

Pemasaran Syari'ah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stek holdernya, yang didalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Ini artinya bahwa pemasaran syariah, seluruh proses baik proses

---

<sup>33</sup> Tati Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni, *Manajemen Pemasaran Islam*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), h. 12-13

penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami.<sup>34</sup> Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi dalam suatu transaksi dalam pemasaran dapat dibolehkan. Dalam Q.S Al-Ahzab 21 sebagai berikut:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ  
لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ  
كَثِيرًا ۗ

*Artinya : Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat dan yang banyak mengingat Allah.*

### 3. Etika dalam pemasaran syariah

a. Memiliki kepribadian spiritual (takwa).

Seorang muslim selalu diperintahkan untuk selalu mengingat Allah SWT, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktivitas mereka. Sebagaimana firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ

---

<sup>34</sup> Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), h. 198

يَوْمَ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا  
 الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ ٩  
 فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ  
 وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا  
 لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ١٠

Artinya : 9. Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at, Maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.

10. apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

b. Jujur dan dapat dipercaya (amanah)

Islam menjelaskan bahwa kejujuran yang hakiki itu terletak pada muamalah mereka, Rasulullah SAW bersabda: Dari Abu Sa'id dari Nabi SAW bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ،

وَالصِّدِّيقِينَ، وَالشُّهَدَاءَ

Artinya: pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, para shiddiqin,

*orang-orang yang meninggal syahid dalam peperangan dan orang-orang yang saleh.*

- c. Berperilaku baik dan simpatik (shiddiq).<sup>35</sup>

Al-Qur'an mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik. Allah SWT berfirman:

لَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا  
مِّنْهُمْ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَاخْفِضْ جَنَاحَكَ  
لِلْمُؤْمِنِينَ

*Artinya: Janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang telah Kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu) dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan serendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman.*

Begitu pula bagi seorang Muslim yang hendak menjual barang dengannya harus dengan senang hati, ikhlas dan memberikan kesan baik terhadap pembeli, seperti yang di ungkapkan dalam sebuah Hadis:

رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَىٰ

---

<sup>35</sup> Fitri Nur Latifah dan M. Ruslianor Maika, *Manajemen Pemasaran Syariah*, (Jawa Timur: UMSIDA PRES, 2019), h. 77-78

## وَإِذَا اقْتَضَى

“Allah mengasihi orang yang bermurah hati waktu menjual, waktu membeli, dan waktu menagih piutang.” (HR. Bukhari dalam Mukhtashor Shahih al-Bukhari: 280).

- d. Berprilaku adil dalam berbisnis (al-adl)

Allah SWT mencintai orang-orang adil dan membenci orang-orang yang berbuat zalim, bahkan melaknat mereka.<sup>36</sup> Sebagaimana firman Allah SWT:

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا ۖ  
أُولَٰئِكَ يُعْرَضُونَ عَلَىٰ رَبِّهِمْ وَيَقُولُ الْأَشْهَاءُ  
دٰ هٰؤُلَاءِ الَّذِينَ كَذَبُوا عَلَىٰ رَبِّهِمْ ۗ أَلَا لَعْنَةُ  
اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ

Artinya : Dan siapakah yang lebih zalim daripada orang yang mengada-adakan suatu kebohongan terhadap Allah? Mereka itu akan dihadapkan kepada Tuhan mereka, dan para saksi akan berkata, “Orang-orang inilah yang telah berbohong terhadap Tuhan mereka.” Ingatlah, laknat Allah (ditimpakan) kepada orang yang zalim.

- e. Selalu menepati janji dan tidak curang (tathfif).

---

<sup>36</sup> Purnama Putra dan Wiwik Hasbiyah AN, *Teori Dan Praktik Pemasaran Syariah*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018), h. 68

Seorang syariah marketer harus dapat menjaga amanah yang diberikan kepadanya sebagai wakil dari perusahaan dalam memasarkan dan mempromosikan produk kepada pelanggan. Seperti firman Allah SWT:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ  
مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَصَابَكُمْ بَعْضُهَا فَلَیُؤَدَّ  
الَّذِي أَوْثَمِنَ أَمَانَتَهُ وَلِیَتَّقِ اللّٰهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا  
تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ یَّكْتُمْهَا فإِنَّهٗ اِثْمٌ  
قَلْبُهُ وَاللّٰهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِیْمٌ

*Artinya : Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

#### **4. Bauran pemasaran**

##### **a. Produk**

Produk dalam Islam adalah suatu yang dihasilkan dari proses produksi yang baik, manfaat, dapat



dikonsumsi, berdaya guna dan dapat menghasilkan perbaikan material, moral dan spiritual bagi konsumen. Dalam bauran pemasaran Islam, produk yang ditawarkan harus berkualitas sesuai yang dijanjikan oleh pemasar, produk yang halal sesuai dengan ketentuan agama. Produk halal berasal dari kategori produk yang dapat diterima, yang aman dan tidak berbahaya, dapat menjadi produk utama yang menjamin kemakmuran pemasaran Islam.<sup>37</sup>

b. Harga

Di dalam Islam, mekanisme kinerja pada pengaturan harga dan kompetisi sehat (Munafasah) adalah sesungguhnya yang diusahakan. Penetapan harga produk dalam Islam harus memperhatikan beberapa ketentuan yang telah diatur dalam Islam, sebagaimana dikemukakan Niazi, di antaranya adalah tidak ada pasar monopoli, tidak ada penimbunan, tidak ada manipulasi harga.

c. Tempat

Dalam menentukan place atau saluran distribusi, perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien. Sehingga pada intinya,

---

<sup>37</sup> Riksa Yulyana, Asep Ramdan Hidayat Dan Ratih Tresnati, "Pengaruh Bauran Pemasaran Islami (Islamic Marketing Mix) terhadap Peningkatan Jumlah Muzakki pada RZ Kantor Cabang Bandung Antapani", *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 2, No.2, 2016, h. 727

dalam menentukan marketing mix harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran.<sup>38</sup>

d. Promosi

Dalam Al-Qur'an tidak ada larangan mempromosikan produk, baik barang atau jasa dengan sistem periklanan. Bahkan periklanan pun dapat digunakan untuk mempromosikan kebenaran bagaimana seharusnya usaha bisnis dalam Islam. Namun, periklanan yang berisi tentang pernyataan-pernyataan yang berlebihan termasuk kedalam bentuk penipuan. Tidak peduli apakah deskripsi pernyataan tersebut sebagai metafor atau sebagai kiasan tentu sudah pasti dilarang. Islam sangat menganjurkan untuk berpegang teguh kepada nilai-nilai kejujuran dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, termasuk dalam promosi.

## **B. Strategi Distribusi**

### **1. Pengertian Strategi Distribusi**

Menurut Tjiptono strategi distribusi berkenaan dengan penentuan dan manajemen saluran distribusi yang dipergunakan oleh produsen untuk memasarkan barang dan jasanya, sehingga produk tersebut dapat sampai di tangan konsumen sasaran dalam jumlah dan jenis yang

---

<sup>38</sup> Roni Mohamad Dan Endang Rahim, "Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 1, 2021, h. 21

dibutuhkan, pada waktu diperlukan, dan ditempat yang tepat.<sup>39</sup>

## 2. Jenis Strategi Distribusi

Menurut Thesa Natasya Karundeng, Silvy L. Mandey Dan Jacky S.B. Sumarauw, jenis strategi pendistribusian produk ada 3 yaitu :<sup>40</sup>

a. Strategi distribusi insensif

Strategi distribusi insentif adalah strategi yang memposisikan produk dagangannya kepada banyak retailer atau pengecer serta distributor di berbagai tempat.

b. Strategi distribusi selektif

Strategi distribusi selektif suatu metode distribusi menyalurkan produk barang atau jasa pada daerah pemasaran tertentu dengan memilih beberapa distributor atau pengecer saja pada satu daerah.

c. Strategi distribusi eksklusif

Memberikan hak distribusi suatu produk pada satu atau dua distributor atau hanya pengecer saja pada suatu daerah. Barang yang ditawarkan oleh jenis distributor eksklusif yaitu barang kualitas dan

---

<sup>39</sup> Reza Fahrizi Hernanta, "Strategi Distribusi", *Jurnal Ilmiah*, Vol. 6, No. 2, 2016, h.4

<sup>40</sup> Thesa Natasya Karundeng, Silvy L. Mandey Dan Jacky S.B. Sumarauw, "Analisis Saluran Distribusi Kayu", *Jurnal EMBA*, Vol. 6, No. 3, 2018, h. 1755

harganya tinggi dengan jumlah konsumen terbatas.

### 3. Saluran Distribusi

Menurut Egi Triana saluran distribusi ada 5 yaitu:<sup>41</sup>

a. Produsen → Konsumen

Penjualan produk dari produsen kepada konsumen disebut saluran distribusi secara langsung, yaitu penjualan dari rumah ke rumah.

b. Produsen → Pengecer → Konsumen

Saluran distribusi ini dilakukan melalui media, salesmen, advertensi, demonstrasi tetapi penjualan dilakukan melalui pengecer untuk selanjutnya produk sampai ke konsumen.

c. Produsen → Pedagang Besar → Pengecer →

Konsumen

Saluran distribusi ini terdapat pedagang besar disamping pengecer yang membutuhkan produsen dengan konsumen.

d. Produsen → Agen → Pengecer → Konsumen

Agen di dalam saluran distribusi ini bertugas melakukan tawar-menawar, baik dalam melakukan penjualan maupun dalam pembelian. Agen

---

<sup>41</sup> Egi Triana, "Analisis Sistem Pendistribusian Produk Jadi Di PT. Perkebunan Nusantara V Riau Dengan Menggunakan Metode Swot", *Jurnal Inovasi Bisnis*, Vol. 7, No. 2, 2019, h. 222

berfungsi menyalurkan barang dari produsen ke konsumen.

- e. Produsen → Agen → Pedagang Besar → Pengecer  
→ Konsumen

Dalam saluran distribusi ini agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya ke pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil.

#### 4. Dasar Pendistribusian Produk Dalam Islam

Dalam mendistribusikan sebuah produk pastinya harus dilakukan secara rata supaya konsumen bisa menikmati produk.<sup>42</sup> Di dalam melaksanakan kegiatan distribusi juga tidak dibolehkan untuk berbuat dzalim kepada pesaing lainnya. Dalam hal ini Allah SWT berfirman :<sup>43</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَاطِلِ إِلَّا بِالْعَدْلِ إِنْ تَكُونُوا تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ  
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Wahai orang-orang beriman janganlah saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak

---

<sup>42</sup> Musthafa Syukur, “Distribusi Perspektif Etika Ekonomi Islam”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, Vol. 2, No. 2, 2018, h. 36

<sup>43</sup> Mahida Anatasia Putri Dan Renny Oktafia, “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo”, *Journal Islamic Banking And Finance*, Vol. 4, No. 2, 2021, h. 435, DOI: [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7773](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7773)

benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu.” (QS. An-nisa ayat 29)

### C. Strategi Distribusi Dalam Pandangan Ekonomi Islam

Dalam islam diajarkan setiap kegiatan distribusi dalam pandangan ekonomi harus berprinsip pada keadilan, kebebasan, persaudaraan dan solidaritas sosial.

#### a. Prinsip Keadilan

Dalam kamus besar bahasa indonesia keadilan merupakan kata sifat yang menunjukkan perbuatan, perlakuan adil, tidak berat sebelah, tidak berpihak, berpegang pada kebenaran dan proporsional. Keadilan dalam distribusi merupakan satu kondisi yang tidak memihak pada salah satu pihak atau golongan tertentu dalam ekonomi, sehingga menciptakan keadilan merupakan kewajiban yang tidak bisa dihindari dalam ekonomi islam.

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ  
وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ  
وَابْنِ السَّبِيلِ ۚ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَ  
غْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۗ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا

نَهَكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا<sup>ج</sup> وَاتَّقُوا اللَّهَ<sup>ق</sup> إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ  
يُذُ الْعِقَابِ<sup>و</sup>

*Artinya : Harta rampasan (fai') dari mereka yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (yang berasal) dari penduduk beberapa negeri, adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak-anak yatim, orang-orang miskin dan untuk orang-orang yang dalam perjalanan, agar harta itu jangan hanya 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. Sungguh, Allah sangat keras hukuman-Nya.*

Islam menghendaki distribusi secara adil dengan memberikan kesamaan pada manusia dalam berusaha untuk mendapatkan harta kekayaan tanpa memandang perbedaan kasta, kepercayaan atau warna kulit.

Keadilan distribusi dalam ekonomi islam memiliki tujuan yaitu agar kekayaan tidak menumpuk pada sebagian kecil masyarakat, tetapi selalu beredar dalam masyarakat.

b. Prinsip Kebebasan

Kebebasan di sini adalah kebebasan yang dibingkai oleh nilai-nilai tauhid dan keadilan, dimana hal tersebut sebagai keseimbangan antara individu dengan unsur materi dan spiritual yang dimilikinya, keseimbangan antara individu dan masyarakat serta antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.

Nilai tauhid artinya manusia bebas tidak sebeb- bebasnya tetapi terikat dengan batasan-batasan yang diberikan Allah. Kebebasan manusia untuk menentukan sikap -baik dan jahat- bersumber dari posisi manusia sebagai wakil (khalifah) Allah di bumi dan posisinya sebagai makhluk yang dianugerahi kehendak bebas.<sup>44</sup>

Sedangkan keadilan dalam pendistribusian ini tercermin dari larangan dalam al-Qur'an (QS. Al-Hasyr : 7), agar supaya harta kekayaan tidak hanya beredar di antara orang-orang kaya saja, tetapi diharapkan dapat memberi kontribusi kepada kesejahteraan masyarakat sebagai suatu keseluruhan.

c. Prinsip Persaudaraan

Rasa persaudaraan harus ditanam dalam hati Sanubari umat Islam sehingga tidak terpecah-belah oleh kepentingan duniawi. Prinsip persaudaraan dan kasih sayang ini digambarkan dalam firman Allah:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

*Artinya : Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah antara kedua*

---

<sup>44</sup> Anita Rahmawaty, "Distribusi Dalam Ekonomi Islam Upaya Pemerataan Kesejahteraan Melalui Keadilan Distributif", *Jurnal Equilibriau*, Vol. 1, No. 1, 2013, h. 7-8



*saudaramu (yang berselisih) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapat rahmat.(QS. Al-Hujurat: 10)*

Persaudaraan dan kasih sayang akan memperkuat persaudaraan dan kesatuan umat Islam yang kadangkadangkang mendapat hambatan dan rintangan sehingga mereka dapat saja terpecah belah dan saling bermusuhan Allah memerintahkan agar umat Islam senantiasa berpegang teguh dengan tali agama Allah dan tidak bercerai-berai sebagaimana firmanNya:<sup>45</sup>

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا ۗ وَادْكُرُوا  
نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ  
قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا ۗ وَكُنْتُمْ عَلَى  
شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُم مِّنْهَا كَذَلِكَ  
يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ

*Artinya : Dan berpegangteguhlah kamu semuanya pada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa jahiliah) bermusuhan, lalu Allah mempersatukan hatimu, sehingga dengan karunia-Nya kamu menjadi bersaudara, sedangkan (ketika itu) kamu berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan*

---

<sup>45</sup> Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 152-153

*kamu dari sana. Demikianlah, Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu mendapat petunjuk. (QS. Ali-Imran: 103)*

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

##### **A. Gambaran Umum PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu**

PT Pinus Merah Abadi adalah sebuah perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang penjualan dan distribusi makanan ringan. PT Pinus Merah Abadi mempunyai beberapa cabang di berbagai kota, salah satunya adalah PT Pinus Merah Abadi cabang Bengkulu yang berlokasi di Jl. Depati Payung Negara, Kelurahan Sukarami, Kecamatan Selebar. PT Pinus Merah Abadi yaitu perusahaan distribusi yang fokus terhadap pengembangan sumber daya manusia, sistem distribusi, inventaris dan menjalankan praktik perusahaan yang baik.

Saat ini tercatat setidaknya terdapat kurang lebih 3.500 toko yang menjadi mitra PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu. Barang yang dijual dan didistribusikan oleh PT Pinus Merah Abadi Bengkulu adalah makanan ringan dengan omset bulanan mencapai 2,5 miliar rupiah. Sesuai dengan Kebijakan mutu PT Pinus Merah Abadi Bengkulu yaitu menerapkan sistem manajemen mutu dan mendapatkan respek pada seluruh pelanggan, mematuhi peraturan undang-undang terkait mutu, peningkatan yang berkesinambungan semua unit kerja organisasi dan meningkatkan kualitas sdm secara terus menerus.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Gumardeko, *Menejer*, Dokumentasi Pada Tanggal 22 April 2022

## **B. Visi Dan Misi PT. Pinus Merah Abadi**

### **1. VISI**

Menjadi perusahaan distribusi yang berkualitas dan mendapatkan respek dari seluruh pelanggan.

### **2. MISI**

- a. Menerapkan sistem manajemen mutu dalam proses dan kegiatan bisnis perusahaan.
- b. Mematuhi peraturan perundang-undangan terkait dengan mutu.
- c. Peningkatan yang berkesinambungan di semua unit kerja organisasi.
- d. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia secara terus-menerus.<sup>47</sup>

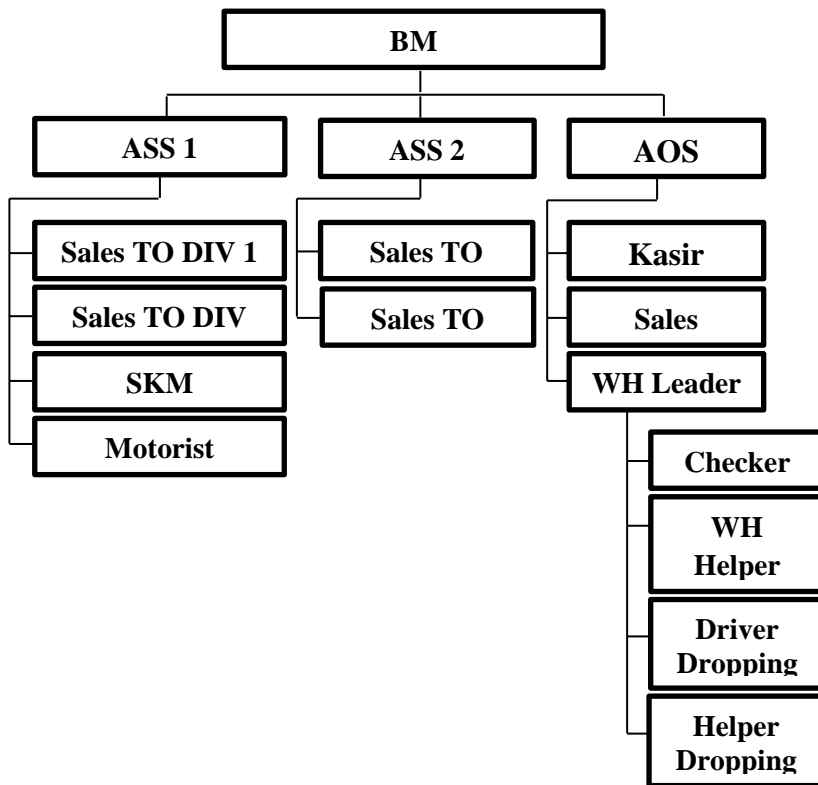
### **3. Struktur Organisasi PT. Pinus Merah Abadi<sup>48</sup>**

---

<sup>47</sup> Gumardeko, *Menejer*, Wawancara Pada Tanggal 22 April 2022

<sup>48</sup> Gumardeko, *Menejer*, Dokumentasi Pada Tanggal 22 April 2022

**Gambar 3.1**  
**Struktur PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu.**



**Keterangan**

- a. BM (Business Manager)  
Bertugas mengawasi dan memimpin kegiatan operasional dan karyawan yang ada diperusahaan.
- b. ASS 1 dan 2 (Supervisor)  
Bertugas menjadi tim leader dari para sales.
- c. AOS (Area Operasional Supervisor)

Bertugas mengawasi segala aktivitas department atau area tertentu yang ada di perusahaan.

d. Sales TO DIV 1, 2 dan 3

Bertugas mendistribusikan barang kepada konsumen

e. Sales TO DIV ALL

Bertugas mendistribusikan barang kepada konsumen

f. SKM (Sales Kampas Mobil)

Bertugas menjual barang langsung kepada pelanggan.

Kasir Bertugas menerima uang

g. Sales Admin

Bertugas mengerjakan apa yang bersangkutan dengan penjualan, seperti menangani pengecekan stok barang, proses pemesanan dan memastikan kebenaran harga jual.

h. WH Leader (Kepala Gudang)

Bertugas merencanakan, mengkoordinasi, mengontrol dan mengevaluasi semua kegiatan penerimaan, penyimpanan dan penyediaan stok barang yang akan didistribusikan.

i. Checker (Orang Gudang)

Bertugas melakukan pengecekan secara detail dan menyeluruh terhadap barang keluar dan masuk dalam gudang.

j. WH Helper (Kepala Helper)

Bertugas mengatur bagian barang

- k. Driver Dropping (Supir Pengantar Barang)

Bertugas mengantarkan barang kepada konsumen.

- l. Helper Dropping (Pembantu Dropping)

Bertugas membantu pengantaran barang

#### **4. Produk PT. Pinus Merah Abadi<sup>49</sup>**

- a. Simba
  - a) Simba sereal
  - b) Simba choco chip
- b. Snack
  - a) Siip
  - b) Ahh
  - c) Hello panda
- c. Biscuit
  - a) Nextar
  - b) Nabati vervet
  - c) Bizvit selimut
- d. Confentionery
  - a) Hanzel
  - b) Donald jelly
  - c) Pasta
- e. Beverage
  - a) Amo CSD
  - b) Amo mineral

---

<sup>49</sup> Gumardeko, *Menejer*, Wawancara Pada Tanggal 22 April 2022

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Strategi Pemasaran *Supervisor* Dalam Distribusi Produk Di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu

Sebelum diuraikan mengenai strategi pendistribusian produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu ini, maka dijelaskan terlebih dahulu data informan penelitian. Informan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:<sup>50</sup>

**Tabel 4.1**

**Data Informan**

No	Nama	Umur	Jabatan
1.	Gumardeko	38 Tahun	Manager
2.	Baijoni	51 Tahun	Supervisor
3.	Jimmi Calter	40 Tahun	Supervisor
4.	Gusi Jaya	35 Tahun	Salesmen
5.	Reval Jender	35 Tahun	Salesmen
6.	Jayadi	35 Tahun	Salesmen

---

<sup>50</sup> Gumardeko, *Menejer*, Wawancara Pada Tanggal 22 April 2022



Strategi distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu yaitu termasuk strategi distribusi insentif, dimana saluran distribusi mulai dari produsen, pedagang besar, pengecer sampai kepada konsumen. Strategi *supervisor* dalam distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu ada 3 yaitu sebagai berikut:<sup>51</sup>

- a. Memperkenalkan produk serta menjelaskan promo-promo yang ada
- b. Target kunjungan minimal 20 tempat setiap harinya
- c. Pemasangan stiker dan poster di berbagai tempat

Strategi distribusi produk yang dirumuskan oleh supervisor akan didelegasikan kepada salesmen, dimana para salesmen yang akan melakukan penawaran produk kepada para konsumen di berbagai warung dan toko. Sedangkan para supervisor hanya mengecek stok mana yang belum terjual, yang sudah terjual, dan barang yg sudah mendekati masa kadaluwarsa.

Strategi distribusi produk dirumuskan agar jalannya kegiatan pendistribusian produk berjalan dengan lancar dan terarah dengan baik. jika berjalan lancar dengan baik pasti aktivitas salesmen bisa terkontrol.

---

<sup>51</sup> Baijoni, *Supervisor*, Wawancara Pada Tanggal 18 Juli 2022

Strategi Distribusi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu menggunakan bauran pemasaran yaitu:

a. Produk

Di perusahaan ini semua produk yang ada sudah memiliki label halal. Seperti yang disampaikan oleh bapak Jimmi Calter yaitu:<sup>52</sup> (*“semua produk yang kami miliki sudah terdeteksi aman untuk dikonsumsi terutama bagi anak-anak, dan semua produk yang kami miliki sudah ada label halal dari Majelis Ulama Indonesia.”*)

b. Harga

Harga dari produk di perusahaan ini ditetapkan sangat terjangkau supaya sesuai dengan kemampuan para masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Jimmi Calter yaitu: (*“harga setiap produk kami sangat terjangkau bagi anak-anak, remaja sampai dewasa. Dimana produk di perusahaan ini dijual seharga mulai dari 500-5000 rupiah.”*)

c. Tempat

Tempat untuk menjalankan strategi distribusi produk di perusahaan ini yaitu semua warung manisan mulai dari warung kecil sampai ke toko besar. Seperti yang disampaikan oleh bapak Bajjoni yaitu: (*“tempat yang kami pilih untuk melakukan*

---

<sup>52</sup> Jimmi Calter, *Supervisor*, Wawancara Pada Tanggal 18 Juli 2022

*distribusi produk yaitu semua warung dan toko manisan yang ada di Kota Bengkulu”)*

d. Promosi

Perusahaan mempromosikan produk pada saat adanya diskon dan promo. Seperti yang disampaikan oleh bapak Baijoni, yaitu:

*“untuk mengenalkan produk kepada masyarakat kami tidak melakukan promosi lewat media sosial, tetapi kami terjun langsung kelapangan untuk melakukan penawaran produk. Kami melakukan promosi hanya pada saat adanya diskon dan promo-promo di setiap bulan melalui poster”*

Perusahaan ini mendistribusikan produk ke berbagai pasar manisan yaitu mulai dari warung kecil sampai toko besar yang ada di Kota Bengkulu. Seperti yang disampaikan oleh bapak Baijoni dan Jimmi Calter yaitu:<sup>53</sup>

*"Kami mendistribusikan produk ke berbagai warung kecil sampai toko besar, tetapi kami tidak melakukan penawaran produk. Kami hanya mengecek stok produk mana yang sudah laku terjual, yang mana belum terjual dan produk mana yang sudah mendekati tanggal kadaluwarsa. Jika ada produk yang sudah mendekati tanggal kadaluwarsa atau yang sudah kadaluwarsa akan diganti dengan yang baru. Sedangkan yang melakukan penawaran produk hanya para salesmen".*

---

<sup>53</sup> Baijoni Dan Jimmi Calter, *Supervisor*, Wawancara Pada Tanggal 18 Juli 2022

Mendistribusikan produk di perusahaan ini dengan cara mendatangi satu persatu warung dan toko yang ada di Kota Bengkulu. Agar kegiatan distribusi produk ini berjalan dengan lancar dan terarah dengan baik, supervisor membagi rute yang harus ditempuh setiap harinya. Seperti yang disampaikan oleh kak Jayadi, yaitu:<sup>54</sup>

*"kakak mendistribusikan produk sesuai dengan rute setiap harinya, dengan cara menawarkan produk kepada para konsumen di berbagai tempat, mulai dari warung kecil sampai toko besar. Hal pertama yang kakak lakukan yaitu mengucapkan salam dan memperkenalkan diri, hal kedua memperkenalkan produk apa saja yang dimiliki melalui katalog, hal ketiga menjelaskan produk mulai dari segi bentuk, jenis, rasa dan kemasan serta menjelaskan adanya promo dan diskon yang diberikan perusahaan setiap bulannya. Dan langkah keempat melakukan transaksi jual beli, ketika konsumen tertarik untuk membeli maka akan dilakukan transaksi jual beli dimana produk akan dikirim oleh supir setelah dilakukan pembelian dan produk dibayar setelah barang sampai kepada konsumen. Setelah selesai maka langkah terakhir kak Jayadi ucapkan terima kasih dan pergi ke tempat berikutnya."*

Agar strategi pendistribusian produk di perusahaan ini berjalan dengan lancar dan terarah dengan baik para *supervisor* merumuskan beberapa tahapan, yaitu seperti yang disampaikan oleh bapak Jimmi Calter bahwa:<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Jayadi, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

<sup>55</sup> Jimmi Calter, *Supervisor*, Wawancara Pada Tanggal 18 Juli 2022

- a. Tahap persiapan  
Dalam tahapan ini *supervisor* dan salesmen bersiap-siap ke berbagai tempat untuk mendistribusikan produk.
- b. Tahap outlet tujuan  
Dalam tahap ini *supervisor* dan salesmen menentukan tempat untuk melakukan pendistribusian produk, dimana tempatnya yaitu warung kecil dan toko besar.
- c. Tahap memperkenalkan diri  
Dalam tahap ini para salesmen memperkenalkan diri terlebih dahulu sebelum melakukan penawaran produk kepada pemilik warung dan toko.
- d. Tahap cek stok barang  
Dalam tahap ini *supervisor* dan salesmen datang ke tempat penjualan produk, dimana mereka melihat terlebih dahulu produk apa yang masih ada dan produk apa yang sudah terjual.
- e. Tahap informasi penjualan  
Dalam tahap ini *supervisor* dan salesmen memberi informasi jika adanya promo dan diskon di perusahaan setiap bulannya dan memberi informasi tentang harga jual produk, dan memberi informasi produk apa saja yang dimiliki.
- f. Tahap penawaran produk

Dalam tahap ini para salesmen melakukan penawaran produk ke para konsumen di berbagai tempat mulai dari warung kecil sampai ke toko besar.

g. Tahap pemajangan produk

Dalam tahap ini para *supervisor* melakukan pemajangan produk setelah selesai melakukan pembelian produk.

h. Tahap evaluasi

Dalam tahap ini *supervisor* dan salesmen melakukan pengecekan ulang, apakah ada barang yang tertinggal atau tidak, dan apakah ada informasi penjualan yang belum tersampaikan atau tidak.

Dalam menjalankan strategi distribusi produk, baik para salesmen dan para supervisor tidak pernah melakukan penimbunan produk. Seperti yang disampaikan oleh bapak Baijoni yaitu:<sup>56</sup>

*"kami tidak pernah melakukan penimbunan produk, karena itu bertentangan dengan ketentuan dalam islam dan juga kami tidak melakukan penimbunan karna produk kami masa kadaluwarsanya tidak terlalu lama. Jika kami melakukan penimbunan produk sudah dipastikan produk kami akan mengalami kadaluwarsa dan pasti akan berdampak buruk bagi perekonomian perusahaan "*

---

<sup>56</sup> Baijoni, *Supervisor*, Wawancara Pada Tanggal 18 Juli 2022

Hal yang sama juga disampaikan oleh kak Gusi Jaya yaitu:<sup>57</sup> (*"perusahaan ini tidak pernah melakukan penimbunan produk, karena jika melakukan penimbunan produk maka produk yang ada digudang akan mengalami kadaluarsa dan tidak bisa dikonsumsi lagi"*)

Strategi yang dirumuskan oleh bapak Baijoni dan bapak Jimmi Calter berdampak baik bagi perusahaan, dimana sampai saat ini ketiga strategi ini masih dipakai dan buktinya perusahaan masih beroperasi dengan baik sampai saat ini. Seperti yang disampaikan oleh bapak Baijoni, yaitu:

*"sampai saat ini strategi yang sudah saya dan pak Jimmi Calter rumuskan masih dipakai, dan untuk melihat strategi ini berdampak baik atau tidak bagi perusahaan bisa dilihat dari hasil pendapatan para salesmen setiap bulannya. Apakah pendapatan mereka sesuai target atau tidak. Sampai saat ini Alhamdulillah pendapatan masih lumayan baik"*

Hal ini juga disampaikan oleh bapak Jimmi Calter yaitu ia mengatakan:

*"untuk dapat mengetahui apakah strategi dalam distribusi produk yang sudah dirumuskan berdampak baik atau tidak bagi perusahaan yaitu dengan cara menentukan indikator keberhasilan pencapaian target dari para salesmen. Sampai saat ini strategi itu masih dipakai, dan hamdulillah jalannya kegiatan distribusi produk berjalan dengan lancar dan terarah dengan baik "*

---

<sup>57</sup> Gusi Jaya, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

Untuk melihat indikator keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target, itu bisa dilihat dari pencapaian para *supervisor* dan para salesmen. Seperti yang disampaikan oleh pak Gumardeko bahwa:<sup>58</sup> (*“untuk melihat tercapai atau tidak target perusahaan, saya bisa lihat dari pendapatan hasil distribusi produk para supervisor dan para salesmen setiap bulannya”*)

## **2. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Distribusi Produk Di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu.**

Para Supervisor dan Salesmen di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu dalam mendistribusikan produk berpegang teguh pada prinsip keadilan, kebebasan, dan persaudaraan.

### **a. Prinsip Keadilan**

Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Bajjoni dan Jimmi Calter yaitu :<sup>59</sup>

*“kami melakukan distribusi produk tidak pernah membedakan antara agama, ras, suku dan warna kulit. Tetapi kami mendistribusikan produk ke berbagai pasar yang ada di Kota Bengkulu yaitu mulai dari warung sampai toko besar. Jika kami hanya mendistribusikan produk kepada konsumen yang memiliki agama, ras, suku dan warna kulit yang sama kami pasti hanya mendapatkan sedikit konsumen. Maka*

---

<sup>58</sup> Gumardeko, *Menejer*, Wawancara Pada Tanggal 18 Juli 2022

<sup>59</sup> Bajjoni Dan Jimmi Calter, *Supervisor*, Wawancara Pada Tanggal 18 Juli 2022



*dari itu kami tidak pernah memilih-milih dalam mendistribusikan produk yang kami miliki."*

Kak Gusi Jaya juga menyampaikan bahwa:<sup>60</sup>

*"kakak mendistribusikan produk itu secara rata kepada pasar yaitu mulai dari warung kecil sampai ke toko besar. Karena jika kakak memilih-milih kepada siapa kakak akan mendistribusikan produk, sudah bisa dipastikan kakak tidak akan mendapat banyak konsumen sehingga target tidak dapat terpenuhi."*

Kak Jayadi menyampaikan bahwa:<sup>61</sup> (*"jika kakak memilih-milih untuk mendistribusikan produk, maka sudah bisa dipastikan target yang harus kakak capai tidak terpenuhi, karena hanya sedikit konsumen yang kakak dapatkan."*)

Hal yang lain juga disampaikan oleh kak Reval Jender yaitu:<sup>62</sup>

*"kakak melakukan distribusi produk secara adil, tidak pernah membedakan antara agama, suku, ras, dan warna kulit. Dan kakak mendistribusikan produk selalu rata yaitu ke semua warung sampai toko besar secara rata tidak ada yang dibedakan."*

b. Prinsip Kebebasan

Kak Gusi Jaya menyampaikan bahwa:<sup>63</sup>

*"kakak mendistribusikan produk ke berbagai tempat memang bebas yaitu ke berbagai tempat yang menjual produk makanan ringan, tetapi kakak dalam mendistribusikan produk selalu menerapkan etika yang baik, kata yang sopan"*

---

<sup>60</sup> Gusi Jaya, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

<sup>61</sup> Jayadi, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

<sup>62</sup> Reval Jender, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

<sup>63</sup> Gusi Jaya, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

*saat menawarkan produk, menjelaskan dengan sabar setiap produk yang dimiliki."*

Kak Jayadi menyampaikan bahwa:<sup>64</sup>

*"kakak mendistribusikan produk hanya bebas dalam memilih tempat, tetapi untuk cara menawarkan produk kakak tidak pernah bebas, karena untuk menawar produk kakak harus menggunakan bahasa yang sopan, tutur kata yang baik, mengucapkan salam atau permissi terlebih dahulu, menjelaskan detail produk dengan sabar, dan harus mengucapkan terima kasih jika sudah melakukan penawaran produk."*

Hal sama juga disampaikan oleh kak Reval Jender yaitu:<sup>65</sup>

*"ada kebebasan yang kakak lakukan, tapi tidak terlalu bebas karena banyak hal yang harus diperhitungkan. Seperti waktu, jika kakak tidak memanfaatkan waktu dengan baik maka target kakak tidak akan tercapai. Dan dalam menawarkan produk kakak harus menggunakan tutur kata yang sopan, baik, lembut agar para konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Dan yang paling penting kakak tidak pernah melakukan pemaksaan kepada konsumen ini membeli produk yang kakak tawarkan."*

c. Prinsip Persaudaraan

Kegiatan Distribusi ini membuat tali persaudaraan yang baik dimana harus memperhatikan keuntungan

---

<sup>64</sup> Jayadi, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

<sup>65</sup> Reval Jender, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

kedua belah pihak. Dan dalam kegiatan ini terjalin silaturahmi antar sesama manusia.

Dimana yang disampaikan oleh kak Gusi Jaya, bahwa:<sup>66</sup>

*"kakak melakukan distribusi produk ke berbagai tempat tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produk yang kakak miliki, tetapi kami saling membantu yaitu dimana kakak membantu konsumen untuk mengisi produk di warung atau tokonya, sedangkan konsumen membantu kakak agar penjualan kakak tercapai sesuai target perusahaan."*

Kak Jayadi mengatakan bahwa:<sup>67</sup>

*"kegiatan distribusi ini membuat kakak jadi banyak mengenal orang dan membuat tali silaturahmi kami terjalin antara sesama manusia. Ikatan persaudaraan itu dimana kakak harus meyakinkan konsumen bahwa jika bekerja sama dengan kakak, maka akan mendapatkan keuntungan yang sama, dimana konsumen untung karena warung atau toko nya terisi dengan produk yang digemari masyarakat dan kakak juga beruntung karena kakak mendapatkan pendaatan dari kerja kakak"*

Kak Reval Jender menyampaikan yaitu:<sup>68</sup>

*"kegiatan distribusi ini adalah kegiatan saling membantu yaitu dimana konsumen membantu kakak dalam memenuhi pendapatan sesuai dengan target perusahaan dan kakak membantu konsumen untuk mengisi produk di warung atau tokonya untuk dijual kembali kepada pengecer."*

---

<sup>66</sup> Gusi Jaya, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

<sup>67</sup> Jayadi, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

<sup>68</sup> Reval Jender, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

## **B. Pembahasan**

### **1. Strategi Pemasaran *Supervisor* Dalam Distribusi Produk Di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu**

Strategi distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu dirumuskan oleh para *supervisor* yaitu bapak Baijoni dan Jimmi Calter. Strategi ini dirumuskan didampingi oleh beberapa tahapan yaitu persiapan, outlet tujuan, memperkenalkan diri, cek stok barang, informasi penjualan, penawaran produk, pemajangan produk dan terakhir evaluasi.

Strategi ini termasuk strategi distribusi insentif, dimana saluran distribusi mulai dari produsen, pedagang besar, pengecer sampai kepada konsumen. Strategi *supervisor* dalam distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu ada 3 yaitu memperkenalkan produk serta menjelaskan promo-promo yang ada, target kunjungan minimal 20 tempat setiap harinya, dan pemasangan stiker dan poster di berbagai tempat.

Strategi Distribusi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu menggunakan bauran pemasaran yaitu:

- a. Produk, dalam bauran pemasaran Islam, produk yang ditawarkan harus berkualitas sesuai yang dijanjikan oleh pemasar, produk yang halal sesuai dengan ketentuan agama. Produk halal berasal dari kategori produk yang dapat diterima, yang aman

dan tidak berbahaya, dapat menjadi produk utama yang menjamin kemakmuran pemasaran Islam.<sup>69</sup> sedangkan seperti yang disampaikan oleh bapak Jimmi Calter bahwa Di perusahaan ini semua produk yang dimiliki sudah terdeteksi aman untuk dikonsumsi terutama bagi anak-anak, dan semua produk yang kami miliki sudah ada label halal dari Majelis Ulama Indonesia.<sup>70</sup> Dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran pertama sesuai dengan ketentuan produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu.

- b. Harga, Penetapan harga produk dalam Islam harus memperhatikan beberapa ketentuan yang telah diatur dalam Islam, sebagaimana dikemukakan Niazi, di antaranya adalah tidak ada pasar monopoli, tidak ada penimbunan, tidak ada manipulasi harga. Sedangkan seperti yang disampaikan oleh Bapak Jimmi Calter bahwa harga dari produk sangat terjangkau bagi anak-anak, remaja sampai dewasa. Dimana produk di perusahaan ini dijual seharga mulai dari 500-5000 rupiah. Dapat disimpulkan bahwa bauran

---

<sup>69</sup> Riksa Yulyana, Asep Ramdan Hidayat Dan Ratih Tresnati, "Pengaruh Bauran Pemasaran Islami (Islamic Marketing Mix) terhadap Peningkatan Jumlah Muzakki pada RZ Kantor Cabang Bandung Antapani", *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 2, No.2, 2016, h. 727

<sup>70</sup> Jimmi Calter, *Supervisor*, Wawancara Pada Tanggal 18 Juli 2022

pemasaran kedua sesuai dengan ketentuan harga di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu.

- c. Tempat, Dalam menentukan place atau saluran distribusi, perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien. Seperti yang disampaikan oleh bapak Baijoni bahwa tempat yang dipilih untuk melakukan distribusi produk yaitu semua warung dan toko manisan yang ada di Kota Bengkulu. Dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran ketiga sesuai dengan ketentuan tempat di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu.
- d. Promosi, Islam sangat menganjurkan untuk berpegang teguh kepada nilai-nilai kejujuran dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, termasuk dalam promosi. Sedangkan seperti yang disampaikan bapak Baijoni bahwa untuk mengenalkan produk kepada masyarakat mereka tidak melakukan promosi lewat media sosial, tetapi terjun langsung kelapangan untuk melakukan penawaran produk. Dan mereka melakukan promosi hanya pada saat adanya diskon dan promo-promo di setiap bulan melalui poster. Dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran keempat

sesuai dengan ketentuan promosi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu.

Mendistribusikan produk harus sesuai dengan etika dalam pemasaran syariah yaitu sebagai berikut:

- a. Memiliki kepribadian spiritual (takwa).

Seorang muslim selalu diperintahkan untuk selalu mengingat Allah SWT, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktivitas mereka.

Sedangkan di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu yaitu kak Gusi Jaya, Reval Jender dan Jayadi sebagai salesmen menyampaikan bahwa mereka ketika sudah masuk waktu sholat dzuhur dan ashar walaupun sedang melakukan penawaran produk di berbagai toko dan warung mereka akan menyempatkan untuk sholat terlebih dahulu.<sup>71</sup>

Disimpulkan bahwa etika pemasaran pertama dengan yang terjadi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu memiliki kesesuaian.

- b. Jujur dan dapat dipercaya (Amanah)

Islam menjelaskan bahwa kejujuran yang hakiki itu terletak pada muamalah mereka.

Sedangkan di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu yaitu kak Gusi Jaya, Reval Jender dan Jayadi sebagai salesmen menyampaikan bahwa mereka

---

<sup>71</sup> Gusi Jaya, Reval Jender Dan Jayadi, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

selalu jujur dalam hal menjelaskan produk mulai dari segi harga, promo, diskon sampai pengantaran barang kepada para konsumen.<sup>72</sup>

Disimpulkan bahwa etika pemasaran kedua dengan yang terjadi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu memiliki kesesuaian.

c. Berprilaku adil dalam berbisnis (al-adl)

Allah SWT mencintai orang-orang adil dan membenci orang-orang yang berbuat zalim, bahkan melaknat mereka.<sup>73</sup> Sedangkan di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu yaitu kak Gusi Jaya, Reval Jender dan Jayadi sebagai salesmen menyampaikan bahwa mereka selalu adil dalam hal menawarkan produk yaitu kesemua warung dan toko di kota Bengkulu, tidak pernah memilih tentang agama, ras, suku dan warna kulit sama. Cara memperkenalkan produk dan pengantaran sama yaitu tepat waktu.<sup>74</sup>

Disimpulkan bahwa etika pemasaran ketiga dengan yang terjadi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu memiliki kesesuaian.

---

<sup>72</sup> Gusi Jaya, Reval Jender Dan Jayadi, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

<sup>73</sup> Purnama Putra Dan Wiwik Hasbiyah AN, *Teori Dan Praktik Pemasaran Syariah*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2018), h. 68

<sup>74</sup> Gusi Jaya, Reval Jender Dan Jayadi, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022



- d. Berprilaku baik dan simpatik (shiddiq).<sup>75</sup>  
Al-Qur'an mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik. Sedangkan di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu yaitu kak Gusi Jaya, Reval Jender dan Jayadi sebagai salesmen menyampaikan bahwa mereka tidak akan marah dan memaksa dalam menawarkan produk, jika konsumen tidak mau membeli dikarenakan kondisi perekonomian warung dan toko kurang stabil atau barang dulu baru uang. Disimpulkan bahwa etika pemasaran keempat dengan yang terjadi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu memiliki kesesuaian.
- e. Selalu menepati janji dan tidak curang (tathfif).  
Seorang syariah marketer harus dapat menjaga amanah yang diberikan kepadanya sebagai wakil dari perusahaan dalam memasarkan dan mempromosikan produk kepada pelanggan. Sedangkan di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu yaitu kak Gusi Jaya, Reval Jender dan Jayadi sebagai salesmen menyampaikan bahwa mereka melakukan penawaran produk kepada konsumen sesuai dengan ketentuan perusahaan mulai dari

---

<sup>75</sup> Fitri Nur Latifah dan M. Ruslianor Maika, *Manajemen Pemasaran Syariah*, (Jawa Timur: UMSIDA PRES, 2019), h. 77-78

harga, bentuk, kemasan, rasa dan jenis.<sup>76</sup> Disimpulkan bahwa etika pemasaran kelima dengan yang terjadi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu memiliki kesesuaian.

Dalam mendistribusikan sebuah produk pastinya harus dilakukan secara rata supaya konsumen bisa menikmati produk.<sup>77</sup> Di dalam melaksanakan kegiatan distribusi juga tidak dibolehkan untuk berbuat dzalim kepada pesaing lainnya. Di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu para *supervisor* dan para salesmen tidak pernah melakukan pemaksaan pembelian produk dan penimbunan produk. Dapat disimpulkan bahwa para *supervisor* dan para salesmen tidak pernah berbuat zalim kepada para konsumen.

## **2. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Distribusi Produk Di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu.**

Menurut tinjauan ekonomi islam segala kegiatan distribusi harus berdasarkan prinsip-prinsip dalam islam. prinsip-prinsip itu yaitu prinsip keadilan, prinsip kebebasan, prinsip persaudaraan.

### **a. Prinsip keadilan**

---

<sup>76</sup> Gusi Jaya, Reval Jender Dan Jayadi, *Salesmen*, Wawancara Pada Tanggal 19 Juli 2022

<sup>77</sup> Musthafa Syukur, "Distribusi Perspektif Etika Ekonomi Islam", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, Vol. 2, No. 2, 2018, h. 36

Dalam kamus besar bahasa Indonesia keadilan merupakan kata sifat yang menunjukkan perbuatan, perlakuan adil, tidak berat sebelah, tidak berpihak, berpegang pada kebenaran dan proporsional.

Sedangkan yang terjadi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu, para *supervisor* dan para salesmen menjalankan strategi distribusi produk secara merata yaitu di semua warung dan toko manisan yang ada di Kota Bengkulu. Seperti yang disampaikan oleh bapak Bajjoni, Jimmi Calter, kak Gusi Jaya, Jayadi dan Reval Jender bahwa mereka mendistribusikan produk tidak membedakan agama, suku, ras dan warna kulit. Tetapi mereka melakukan distribusi produk di semua tempat yang menjual makanan ringan. Jika mereka memilih-milih tempat atau membeda-bedakan agama, suku, ras dan warna kulit pasti pendapatan mereka juga sedikit, dan bisa-bisa tidak mencapai target perusahaan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa para *supervisor* dan para salesmen yang ada di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu dalam melakukan distribusi produk sesuai dengan prinsip keadilan yaitu tidak membeda-bedakan agama, suku, ras dan warna kulit. Tetapi mereka melakukan secara rata yaitu di berbagai

warung dan toko manisan yang ada di Kota Bengkulu.

b. Prinsip kebebasan

Kebebasan di sini adalah kebebasan yang dibingkai oleh nilai-nilai tauhid dan keadilan, dimana hal tersebut sebagai keseimbangan antara individu dengan unsur materi dan spiritual yang dimilikinya, keseimbangan antara individu dan masyarakat serta antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.<sup>78</sup>

Sedangkan yang terjadi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu yaitu para *supervisor* dan para salesmen bebas dalam menjalankan strategi distribusi produk ke berbagai tempat. Tetapi para salesmen dalam melakukan distribusi produk masih menggunakan sopan santun dan tidak memaksakan kehendak. Seperti yang disampaikan oleh kak Gusi Jaya, Jayadi dan Reval Jender bahwa mereka memiliki kebebasan dalam melakukan distribusi produk ke berbagai tempat, tetapi untuk menawarkan produk ke berbagai konsumen mereka menggunakan etika, yaitu tutur kata yang sopan, menjelaskan produk dengan bahasa yang baik dan sabar.

---

<sup>78</sup> Anita Rahmawaty, “Distribusi Dalam Ekonomi Islam Upaya Pemerataan Kesejahteraan Melalui Keadilan Distributif”, *Jurnal Equilibriau*, Vol. 1, No. 1, 2013, h. 7-8

Jadi dapat disimpulkan bahwa para *supervisor* dan para salesmen di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu memiliki kebebasan dalam distribusi produk, tetapi tidak semuanya sesuka hati mereka. Mereka masih harus melakukan penawaran produk dengan tutur kata yang sopan, menjelaskan produk harus dengan bahasa yang baik dan sabar, dan yang terpenting tidak boleh melakukan pemaksaan.

c. Prinsip persaudaraan

Persaudaraan dan kasih sayang akan memperkuat persaudaraan dan kesatuan umat Islam yang kadang-kadang mendapat hambatan dan rintangan sehingga mereka dapat saja terpecah belah dan saling bermusuhan Allah memerintahkan agar umat Islam senantiasa berpegang teguh dengan tali agama Allah dan tidak bercerai-berai.<sup>79</sup>

Sedangkan yang terjadi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu yaitu para *supervisor* dan para salesmen selalu mengutamakan keuntungan kedua belah pihak, dimana para *supervisor* dan para salesmen selalu menepati janji dalam hal mendistribusikan produk. Seperti yang disampaikan oleh kak Gusi Jaya, Jayadi dan Reval Jender bahwa kegiatan distribusi produk ini yaitu kegiatan

---

<sup>79</sup> Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 152-153

menyambung silaturahmi dan saling bantu dimana para *supervisor* dan para salesmen membantu konsumen untuk menambah kebutuhan akan produk makanan ringan yang banyak digemari masyarakat. Dan para konsumen membantu *supervisor* dan salesmen dalam memenuhi target pendapatan setiap bulannya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa para *supervisor* dan para salesmen dalam mendistribusikan produk di perusahaan ini mengutamakan prinsip persaudaraan dimana kegiatan distribusi ini dilakukan untuk saling membantu dalam memenuhi kebutuhan. Dan kegiatan ini menjadi penyambung silaturahmi antar sesama manusia.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran supervisor di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu, menggunakan bauran pemasaran yaitu produk, dimana setiap produknya sudah terbukti sehat untuk dikonsumsi dan sudah ada label halal. Harga, dimana harganya terjangkau mulai dari 500-5000 rupiah. Tempat, dimana tempat nya semua warung dan toko yang ada di Kota Bengkulu. Dan terakhir promosi, dimana promosi dilakukan pada saat ada promo dan diskon setiap bulannya melalui katalog.
2. Tinjauan ekonomi islam terhadap strategi distribusi produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu harus berprinsip pada keadilan, kebebasan dan persaudaraan. Dimana untuk keadilan para *supervisor* dan para salesmen dalam mendistribusikan produk selalu rata, tidak pernah membedakan antara agama, suku, ras dan warna kulit. Untuk kebebasan para salesmen tidak terlalu bebas dalam mendistribusikan produk karena harus berpegang pada etika yang baik. Untuk persaudaraan para *supervisor* dan para salesmen dalam

mendistribusikan produk harus mengutamakan kepentingan kedua belah pihak dan saling membantu untuk memenuhi kebutuhan.

## **B. Saran**

1. Untuk supervisor, kedepannya harus selalu memberikan arahan dan mengontrol kerja para salesmen dalam mendistribusikan produk supaya pencapaian pendistribusian produk sesuai dengan target yang ditetapkan.
2. Untuk salesmen, agar kedepannya lebih semangat lagi dalam mendistribusikan produk agar pendapatan tercapai sesuai target yang sudah ditetapkan, dan jika tercapai maka akan mendapatkan insentif.
3. Untuk peneliti selanjutnya, semoga hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai dasar peneliti lanjutan dan sebagai acuan mengenai strategi pemasaran dalam distribusi produk dan tinjauan ekonomi islam terhadap strategi distribusi.



## DAFTAR PUSTAKA

- As'ad. *Buku Ajar Manajemen Sumber Daya Insani*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi. 2021.
- Barlian, Eri. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press. 2016.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media Group. 2011.
- Cahyadi, Ujang dan Acep Rahmat Hidayat. "Pemilihan Rute Distribusi Produk Endog Lewo Dengan Menggunakan Metode Saving Matrix," *Jurnal Kalibrasi*, Vol. 18. No. 1. 2020.
- Danim, Sudarwan. *Metode Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV. PUSTAKA SETIA. 2002.
- Eduar, Rudi Dan Nidyawati. "Saluran Distribusi Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor Honda CB 150 R," *Journal Management And Bussines*, Vol. 3. No. 2. 2021, DOI: <https://doi.org/10.31539/jomb.v3i2.2722>.
- Fitrah, Muh. Dan Luthfiyah. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Studi Kasus*. Malang: CV Jejak. 2018.
- Fadilah, Nur. "Pengertian, Konsep dan Strategi Pemasaran Syariah". *Jurnal Salimiya*. Vol. 1. No. 2. 2020.
- Ghofur, Abdul. *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar, Paradigma, Pengembangan Ekonomi Syariah*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada. 2017.
- Hardani, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu. 2020.

- Hasanah, Titi. "Volume Penjualan Berdasarkan Kualitas Produk, Promosi Dan Sauran Distribusi," *Journal Of Management And Bussines*, Vol. 2. No. 2. 2020, DOI: <https://doi.org/10.31539/jomb.v2i2.1775>.
- Hasyim, Sukarno L. "Sumber Daya Insani," *Jurnal Lentera : Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, Vol. 18. No. 2. 2019.
- Handayani, Tati dan Muhammad Anwar Fathoni. *Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2019.
- Hendrakusuma, F. X. Bhakti. "Kajian Teori Distribusi Dalam Ekonomi Syariah". *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan*. Vol. 8. No. 2, 2018.
- Hernanta, Reza Fahrizi. "Strategi Distribusi". *Jurnal Ilmiah*. Vol. 6. No. 2. 2016.
- Idri. *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana. 2015.
- Jatmiko, Budi. "Strategi Distribusi Produk Teh Botol Sosro Oleh PT. Sinar Sosro Cabang Kendari," *Jurnal Komastie*, Vol. 1. No. 1. 2020.
- Jatmiko, Budi. "Strategi Distribusi Produk Teh Botol Sosro Oleh Pt. Sinar Sosro Cabang Kendari," *Jurnal Komastie*, Vol. 1. No. 1. 2020.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka. 2006.
- Karundeng, Thesa Natasya, Silvy L. Mandey Dan Jacky S.B. Sumarauw. "Analisis Saluran Distribusi Kayu," *Jurnal EMBA*, Vol. 6, No. 3, 2018.
- Khafidah, Wahyu. "Development Of Human Resources For Islamic Education," *Ruhama: Islamic Education Journal*, Vol. 4. No. 1. 2021. h. 8, DOI: <https://doi.org/10.31869/ruhama.v4i12605>.
- Khasbulloh, Muhammad Nabil. "Implementasi Kompensasi Dan Benefit: Tinjauan Manajemen SDI Berbasis Syari'ah,"

*Journal Of Islamic Economics*, Vol. 2. No. 1. 2018, DOI:  
<https://doi.org/10.26740/al-uqud.v2n1.p1-19>

Latifah, Fitri Nur dan M. Ruslianor Maika. *Manajemen Pemasaran Syariah*. Jawa Timur: UMSIDA PRES. 2019.

Latifah, Luluk Dan Iskandar Ritonga. “Systematic Literature Review (SLR): Kompetensi Insani Bagi Perkembangan perbankan Syariah di Indonesia,” *Al Maal: Journal Of Islamic Economics And Banking*, Vol. 2. No. 1. 2020, DOI: <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2763>.

Mohamad, Roni Dan Endang Rahim. “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah”. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 2. No. 1. 2021.

Marlina, Kartawan. Lina dan Agus Susanto. *Manajemen Sumber Daya Insani*. Tasikmalaya: LPPM Universitas Siliwangi. 2020.

Morissan. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP. 2012.

M. Kamal. “Kebutuhan Akan SDM Suatu Dokrin Ekonomi (Konsep MSDM, Identifikasi Nilai SDM, Penawaran Dan Permintaan Tenaga Kerja Dan Karakteristik Tenaga Terdidik),” *Jurnal Cendekia*, Vol. 1. No. 1. 2019.

Maghfiroh, Anisatul. “Analisis Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif syariah,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7. No. 1. 2021.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2019.

Mukhbitah, Faiq Nafisatul. “Strategi Distribusi Produk Susu PT. Greenfields Dalam Menembus Pasar Asean,” *Jurnal Manajemen*, Vol. 1. No. 1. 2021

Nelfianti, Fera. “Analisis Bauran Pemasaran Produk Plat Stainless Steel,” *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 1, No. 2, 2021.

- Ningsih, Rahayu, Asyari Dan Liz Izmuddin. “Pengaruh Islamic Human Capital Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Bank Syariah,” *Journal Of Economic Studies*, Vol. 4. No. 2. 2020, DOI: <http://dx.doi.org/10.30983/es.v4i2.3490>
- Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP. 2011.
- Panggabean, Rikky Dan Nelly Astuti Hasibuan. “Penerapan Preference Selection Index (PSI) Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pengangkatan Supervisor Housekeeping”. *Jurnal Resolusi: Rekayasa Teknik Informatika Dan Informasi*. Vol. 1. No. 2. 2020.
- Prasetyo, Waluyo Dan Muchammad Tamyiz. “Vehicle Rounting Problem Dengan Aplikasi Metode Nearest Neihbor,” *Journal Of Research And Technology*, Vol. 3. No. 2. 2017.
- Pratiwi, Pramesti Puteri, Iriani Dan Enny Ariyani “Penentuan Rute Distribusi Produk Dengan Metode Algoritma Clark And Wright Saving Heuristic Untuk Meminimumkan Biaya Distribusi Di PT X,” *Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, Vol. 1. No. 2. 2020.
- Putri, Mahida Anatasia Dan Renny Oktafia. “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo,” *Journal Islamic Banking And Finance*, Vol. 4. No. 2. 2021. h. 435, DOI: [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7773](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7773).
- Rohmah, Siti Naliatur, Heti Mustika Ani Dan Sri Kantun. “Strategi Distribusi Pada CV. Lahan Mas di Desa Baletbaru Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol.14. No. 2. 2020.

- Rois, Adib Khusnul Dan Suprianto. "Analisis Manajemen Sumber Daya Insani," *Musarakah: Journal Of Sharia Economics (MJSE)*, Vol. 1. No. 2. 2021.
- Panggabean, Rikky Dan Nelly Astuti Hasibuan. "Penerapan Preference Selection Index (PSI) Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pengangkatan Supervisor Housekeeping". *Jurnal Resolusi: Rekayasa Teknik Informatika Dan Informasi*. Vol. 1. No. 2. 2020.
- Putri, Mahilda Anastasia dan Renny Oktafia. "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo". *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*. Vol. 4. No. 2. 2021.
- Putra, Purnama dan Wiwik Hasbiyah AN. *Teori Dan Praktik Pemasaran Syariah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada. 2018.
- Rahmawaty, Anita. "Distribusi Dalam Ekonomi Islam Upaya Pemerataan Kesejahteraan Melalui Keadilan Distributif". *Jurnal Equilibriau*. Vol. 1. No. 1. 2013.
- Saebani, Beni Ahmad Dan Yana Sutisna. *Metode Penelitian*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA. 2018.
- Satori, Djam'an Dan Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Sudaryono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP. 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Suryani Dan Hendryadi. *Metode Riset Kualitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan*

*Ekonomi Islam*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP. 2018.

Suwendra, Wayan. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Social, Pendidikan, Kebudayaan Dan Keagamaan*. Bandung: NILACAKRA. 2018.

Syukur, Musthafa. “Distribusi Perspektif Etika Ekonomi Islam”. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*. Vol. 2. No. 2. 2018.

Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras. 2011.

Yusuf, Muri. “*Metode Penelitian*”. Jakarta: Kencana. 2014.

Yulyana, Riksa, Asep Ramdan Hidayat Dan Ratih Tresnati. “Pengaruh Bauran Pemasaran Islami (Islamic Marketing Mix) terhadap Peningkatan Jumlah Muzakki pada RZ Kantor Cabang Bandung Antapani”. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*. Vol. 2. No

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Raden Fatah Pegar Dewa Bengkulu  
Telepon (0736) 51171-51172-51173-Fax (0736) 51171

FORM 1 PENGUJIAN JUDUL TUGAS AKHIR SERIPI

I. Identitas Mahasiswa

Nama : Jumida Dian Josa  
NIM : 1811133066  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Semester : 7 (Tujuh)

II. Judul Yang Diajukan (Disertai Latar Belakang Masalah dan Rumusan Masalah)

1. Judul 1\* : IMPLEMENTAS PENERAPAN SUMBER DAYA INSANI MIKRO DALAM MENGATUR STRATEGI PENDISTRIBUSIAN PRODUK (Studi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)
2. Latar Belakang Masalah\*\* (Lampirkan)  
Rumusan Masalah\*\*\* (Lampirkan)
3. Judul 2\* \_\_\_\_\_

Latar Belakang Masalah\*\* (Lampirkan)  
Rumusan Masalah\*\*\* (Lampirkan)

III. Proses Konsultasi

1. Validasi Judul oleh Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan: Bisa dilanjutkan

Pengelola Perpustakaan

Ari Yungis, M.E.K

2. Konsultasi dan Persetujuan dengan Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Catatan: Judul, lb, & Rumusan Masalah sudah  
sah kayak normal, lanjutkan

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Selly Anand, MBA

IV. Judul Yang Disahkan

Penunjukkan Dosen Penyeminat:

Mengesahkan  
Kajur Ekis/Manajemen

Bengkulu, \_\_\_\_\_

Mahasiswa

Jumida Dian Josa







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimil (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Kamis, 23 Desember 2021  
Nama Mahasiswa : Jumilda Dian Josa  
NIM : 1811130066  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
Implementasi Perencanaan Sumber Daya Insani Mikro Dalam Mengatur Strategi Pendistribusian Produk (Studi Di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)	 Jumilda Dian Josa	 Debby Arisandi, MEd

Mengetahui,  
a.n. Dekan  
Wakil Dekan I



Dr. Nurul Hak, M.A.  
NIP. 196606161995031003



#### HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi berjudul "Implementasi Perencanaan Sumber Daya Manusia Mikro Dalam Mengantar Strategi Pendistribusian Produk (Studi di PT. Pina Merah Abadi Bengkulu)" yang disusun oleh:

Nama : Jamila Dhan Jona  
NIM : 1811130066  
Prodi : Ekovisioner Syariah

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada :

Hari : Kamis


Tanggal : 23 Desember 2021 M/1443 H


Dan telah diperbaiki sesuai saran-saran tim penyeminar. Oleh karenanya sudah dapat diserahkan kepada jurusan untuk ditunjuk Tim pembimbing Skripsi.

Bengkulu, Januari 2022 M  
Jamadi Akhir 1443 H

Mengetahui

Penyeminar

  
Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M  
NIP. 197705092008012014

  
Dehby Arihandi, MBA  
NIP. 198609192019032012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fajati Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimil (0736) 51171-51172  
Website www.uinbengkulu.ac.id

**SURAT PENUNJUKAN**

Nomor : 0093/Un.23-F IV/PP.00-9/01/2022

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri ( IAIN ) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dr. H. Supardi, M.Ag  
NIP. : 196504101993031007  
Tugas : Pembimbing I  
2. N A M A : Debby Arisandi, M.BA  
NIP. : 19860192019032012  
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

N a m a : Jumilda Dian Josa  
Nim. : 1811130066  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul Tugas Akhir : Implementasi Perencanaan Sumber Daya Insani Mikro Dalam Mengatur Strategi Pendistribusian Produk (Studi di PT. Pina Merih Abadi Bengkulu).  
Keterangan : Skripsi

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu  
Pada Tanggal : 17 Januari 2022



Tembusan  
1. Wakil Rektor I  
2. Dosen yang bersangkutan  
3. Mahasiswa yang bersangkutan  
4. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan/Kel. Fatah Pagar Dewa/Kota Bengkulu 38211  
Telepon: 0736351276-31171-51172-Faksimili (07363)-51171-51172  
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul "Implementasi Perencanaan Sumber Daya Insani Mikro Dalam Mengatur Strategi Pendistribusian Produk (Studi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)" yang disusun oleh:

Nama : Jumilda Dian Josa  
Nim : 1811130066  
Prodi : Ekonomi Syariah

Telah diperiksa sesuai saran dan arahan pembimbing. Selanjutnya dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan surat izin penelitian.

Bengkulu, April 2022 M  
Ramadhan 1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. H. Sugandi Muzalim, M. Ag  
NIP. 196504101993031007

  
Debby Arisandi, MBA  
NIP. 198609192019032012

Mengetahui,  
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

  
Herlina Yustati, MA, Ek  
NIP.198505222019032004



## PT. Pinus Merah Abadi

Bengkulu, 26 April 2022

Nomor : 008/PGA-PMA/VIII/2022

Lamp. : -

Kepada Yth.  
Sdr. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN FAS Bengkulu  
Di

Bengkulu

### Perihal: Balasan Permohonan Izin Penelitian

Menanggapi surat saudara Nomor : 0457/Us.23/F.IV.1/PP.00.9/04/2022 perihal sebagaimana isi pokok surat. Bersama ini kami sampaikan bahwa PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu bersedia menerima mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah tersebut Untuk melaksanakan penelitian di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu, daftar data terlampir sebagai berikut :

Nama : Jumilda Dian Josa  
NIM : 1811130066  
Judul Penelitian : Implementasi Perencanaan Sumber Daya Insani Mikro Dalam Mengatur Strategi Pendistribusian Produk (Studi Di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian surat ini, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 26 April 2022  
Area Operasional Supervisor

Muhammad Junaidi



# PT. Pinus Merah Abadi

## SUBAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 008/PGA-PMA/VIII/2022

Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini :

Nama : Muhammad Junaidi

Jabatan : Area Operasional Supervisor

Menerangkan Bahwa :

Nama : Jumilda Dian Josa

NIM : 1811130066

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam

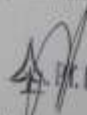
Telah selesai melakukan penelitian di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu, terhitung tanggal 22 April 2022 sampai dengan tanggal 26 April 2022, guna untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul :

**Implementasi Perencanaan Sumber Daya Insani Mikro Dalam Mengatur Strategi Pendistribusian Produk (Studi Di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)**

Demikian surat ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 26 April 2022

Area Operasional Supervisor



PT. Pinus Merah Abadi

Muhammad Junaidi

### Pedoman Wawancara

Nama : Jumilda Dian Josa

Nim : 1811130066

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Judul Penelitian : Strategi Pemasaran Supervisor Dalam Distribusi Produk  
Ditinjau Dari Distribusi Ekonomi Islam. (Studi Di PT. Pinar  
Merah Abadi Bengkulu)

### Daftar Pertanyaan

#### **A. Pertanyaan Untuk Menejer**

1. Bagaimana cara bapak agar aktivitas para salesmen bisa terkontrol dengan baik?
2. Siapakah yang bapak beri perintah untuk merumuskan strategi distribusi produk di perusahaan ini?
3. Apakah setelah dirumuskan strategi ini aktivitas para salesmen bisa terkontrol dengan baik?
4. Bagaimana cara bapak melihat tercapai atau tidak target perusahaan?

#### **B. Pertanyaan Untuk Supervisor**

1. Bagaimana strategi bapak dalam distribusi produk di perusahaan ini?
2. Apakah strategi yang bapak rumuskan mengandung unsur pemasaran?
3. Bagaimana cara bapak mendistribusikan produk yang bapak miliki?
4. Dimana saja bapak mendistribusikan produk yang bapak miliki?
5. Apakah bapak pernah melakukan pembinaan produk?
6. Bagaimana cara bapak melihat strategi dalam distribusi yang bapak rumuskan berdampak baik bagi perusahaan?



### C. Pertanyaan Untuk Sales

1. Apakah strategi yang diberikan oleh supervisor sudah kakak tempkan dengan baik?
2. Bagaimana cara kakak memperkenalkan produk di perusahaan ini?
3. Apakah kakak melakukan distribusi produk sesuai dengan etika dalam pemasaran syariah?
4. Apakah kakak dalam menjalankan strategi distribusi produk di perusahaan ini sesuai dengan prinsip keadilan, persaudaraan dan solidaritas sosial?
5. Bagaimana cara kakak mengatur waktu agar kegiatan distribusi produk kakak bisa mencapai target perusahaan?
6. Apakah yang membuat para konsumen bisa tertarik untuk membeli produk yang bapak tawarkan?
7. Apakah pernah terjadi kendala selama kakak melakukan distribusi produk?

Bengkulu, Agustus 2022

Penulis



Jumilda Dian Josa  
1811130066

Mengetahui

Pembimbing I



Dr. H. Sumardi, M. Ag  
NIP. 196504101993031007

Pembimbing II



Debby Arisandi, MBA  
NIP. 198609192019032012







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172-Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: [www.uinlabengkulu.ac.id](http://www.uinlabengkulu.ac.id)

### LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Jumilda Dian Josa Program Studi : Ekonomi Syariah  
NIM : 1811130066 Pembimbing 1 : Dr. H. Supardi, M.Ag  
Judul Skripsi : Implementasi Perencanaan Sumber Daya Insani Mikro Dalam  
Mengatur Strategi Pendistribusian Produk (Studi di PT. Pinus  
Merah Abadi Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing	Paraf
1.	Senin/18 Januari 2022	BAB I	1. Hilangkan kata penulis 2. Cantumkan kutipan dari masalah yang terjadi 3. Dirubah awalan rumusan masalah ke 2 menjadi kata bagaimana 4. Hilangkan tahun di penelitian terdahulu	
2.	Senin/18 Februari 2022	BAB I-III	ACC	
3.	Rabu/25 Mei 2022	BAB I	1. Bagian latar belakang harus ada hubungan antar paragraf 2. Awalan huruf di footnote harus huruf besar semua 3. Perbaiki penelitian terdahulu 4. Referensi dari jurnal judulnya diberi tanda kutip dan nama jurnal dimiringkan	

4.	Rabu/25 Mei 2022	BAB II-IV	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbaiki penomoran bab, sub bab dan anak sub bab sesuai pedoman</li> <li>2. Perhatikan margin rata kiri, kanan, atas, bawah sesuai pedoman</li> <li>3. Dibagian hasil penelitian masukkan hasil wawancaranya dan cantumkan referensinya.</li> <li>4. Kesesuaian di bagian hasil di buat point</li> </ol>	
5.	Kamis/14 April 2022	BAB I-IV	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Samakan informan yang ada di hasil penelitian dengan informan metode penelitian</li> <li>2. Cantumkan referensi di bab 3</li> <li>3. Bagian hasil tentang strategi pendistribusian produk di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu di buat point A, B, C</li> <li>4. Bagian hasil tentang kesesuaian dibuat di point yang mana dan berikan alasannya</li> </ol>	
6.	Kamis/30 Mei 2022	BAB IV-V	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagian kesimpulan sesuaikan dengan rumusan masalah</li> <li>2. Daftar pustaka dibuat jarak antara buku satu dengan buku lainnya</li> </ol>	
7.	Selasa/7 Juni 2022	BAB II-IV	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tambahkan materi tentang strategi pendistribusian produk di kajian teori</li> <li>2. Perbanyak hasil dari wawancara dengan PT.</li> </ol>	








KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172-Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: [www.uinfbengkulu.ac.id](http://www.uinfbengkulu.ac.id)

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Jumilda Dian Josa Program Studi : Ekonomi Syariah  
NIM : 1811130066 Pembimbing II : Debby Arisandi, MBA  
Judul Skripsi : Implementasi Perencanaan Sumber Daya Insani Mikro Dalam Mengatur Strategi Pendistribusian Produk (Studi di PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing	Paraf
1.	Kamis/27 Januari 2022	BAB I	1. Cantumkan referensi teknik analisis data	f
2.	Kamis/3 Februari 2022	BAB II	1. Jelaskan metodel menurut 3 sumber dan berikan kesimpulan 2. Di bagian metodel tahun terbit diatas 2010 dan sumber harus dari buku 3. Di bagian kajian teori setiap judul ditebalkan 4. Perbaiki kerangka konseptual	f
3.	Kamis/02 Maret 2022	BAB II	1. Cantumkan Referensi Analisis Data 2. Perhatikan Spasi 3. Lanjut Pedoman Wawancara	f
4.	Kamis/7 April 2022	BAB I-III	1. Tambahkan kesesuaian antara strategi pendistribusian produk dari supervisor dan	f


			penerapan strategi tersebut oleh sales 2. Jelaskan keterangan dari struktur organisasi PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu 3. Perbaiki bahasa pedoman wawancara sesuai bahasa Indonesia	
5.	Kamis/14 April 2022	BAB I-III	ACC	
6.	Kamis/28 April 2022	BAB IV	1. Tahapan strategi pendistribusian produk dibuat dalam bentuk bagan 2. Hasil wawancara dicantumkan di lampiran	
7.	Senin/23 Mei 2022	BAB IV	1. Buat Kesimpulan dan saran	
8.	Rabu/25 Mei 2022	BAB I-V	ACC	

Bengkulu, 25 Mei 2022

Mengetahui

Ketua Jurusan

Pembimbing II



Yenti Sumarni, SE, MM,  
NIP. 197904162007012020



Debby Arisandi, MBA  
NIP. 198609192019032012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
Jalan Rader Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51226-51171-51172-Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: [www.uin-sukarnobengkulu.ac.id](http://www.uin-sukarnobengkulu.ac.id)

SURAT KETERANGAN

Dengan ini memberikan keterangan bahwa :

Nama : Jumilda Dian Josa  
Nim : 1811130066  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah memiliki sertifikat LENGKAP sesuai dengan persyaratan SKPI sehingga dapat mengikuti ujian Munasqayah.

Demikian surat keterangan ini dibuat, atas perkenannya diucapkan terimakasih.

Bengkulu, Juni 2022  
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Herlina Yustati, MA, Fh.  
NIP. 198505222019032004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon: (0736) 31276-51171-51172-Faksimili (0736)-51171-51172  
Website: www.uinfbengkulu.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

No : 33/SKLP-FEB/24/6/2022

Satgas Plagiasi Program Studi Ekonomi Syariah Menetrangkan bahwa :

Nama : Jumilda Dian Josa  
NIM : 1811130066  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi  
Judul Tugas Akhir : Implementasi Perencanaan Sumber Daya Insani Mikro Dalam  
Mengatur Strategi Pendistribusian Produk (Studi Di PT. Pinus Merah  
Abadi Bengkulu)  
Similarity Index : 0,1 %  
Status : Lulus

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari naskah Publikasi Tugas Akhir  
melalui aplikasi Turnitin.

Satgas Plagiasi Prodi Ekonomi Syariah

**Herlina Yustati, MA, Fh**  
NIP. 198505222019032004



## **DOKUMENTASI**

### **Wawancara Dengan Bapak Gumardeko (Menejer) PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu**



### **Wawancara Dengan Pak Baijoni (Supervisor)**



### **Wawancara Dengan Pak Jimmi Calter (Supervisor)**



**Wawancara Dengan Kak Gusi Jaya (Salesmen)**



**Wawancara Dengan Kak Jayadi (Salesmen)**



## **Wawancara Dengan Kak Reval Jender (Salesmen)**



**Foto Produk Makanan Dan Minuman**  
**PT. Pinus Merah Abadi Bengkulu**

