

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Menurut beberapa tokoh mengenai pengertian ekonomi Pada umumnya dan Ekonomi Islam diantaranya, Abdul Manan, “ Ilmu Ekonomi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari perilaku manusia sebagai hubungan antara tujuan dan sarana langka yang memiliki kegunaan-kegunaan alternatif. Yusuf Qardhawi, “Ekonomi Islam adalah yang berdasarkan Ketuhanan, ia terpancar dari aqidah, ketuhanan, tauhid, aqidah yang sengaja diturunkan oleh Allah pada Rasul Nya untuk manusia”.¹

Dalam menghadapi persaingan yang ketat dimasa yang ketat di era globalisasi ini, setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan. Orientasi dunia pemasaran telah mengalami perubahan identik pada *satisfied orientied* setiap perusahaan harus memperhatikan kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi perusahaan adalah bahwa perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen pelanggan.²

Parfum atau minyak wangi yang merupakan salah satu produk *lifestyle* telah menjadi bagian dari penampilan yang dapat menunjang rasa percaya diri seseorang. Parfum dijual dengan harga yang beragam, mulai dari yang berkualitas, rendah sampai harga yang murah hingga parfum dengan berkualitas tinggi harga mahal. tak hanya itu saat ini, aroma parfum yang di tawarkan di pasar pun sangat beragam baik yang khusus untuk wanita , karena parfum dianggap salah satu penunjang penampilan seseorang agar tampil sempurna, menyebabkan konsumen seringkali merasa perlu membeli parfum dengan harga yang mahal

¹ Nanah Sujannah, “*Ekonomi Islam berbasis pertanian* , (Serang : CV.Tiara Kerta Jaya, 2014).h.3-4.

² Miftahul Jannah, *Analisis Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Parfum Non Alkohol Pada Mahasiswa Bisnis Syariah UMSU,* (Medan: skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2019)h.1

dan seringkali tidak rasional pertimbangannya.³

³ Miftahul Jannah, skripsi,2019,.....,1

Pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, hal yang memengaruhi seseorang melakukan pembelian seperti iklan dan Citra merek produk itu sendiri. Pada zaman era modern seperti sekarang iklan dan Citra merek menjadi hal yang patut diperhatikan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan karena banyak pesaing yang dapat memaksimalkan penjualan dari dua hal tersebut. Dalam dunia bisnis, kualitas produk dapat menarik minat tersendiri di kalangan konsumen. Misalnya pada distributor parfum non alkohol Desa Kampung Sawah Di Kecamatan Baros.⁴

Parfum adalah produk yang sudah tidak asing lagi dalam kehidupan sehari-hari. Apalagi saat ini yang ditawarkan sudah semakin beragam, baik yang dikhususkan untuk pria, wanita ataupun untuk keduanya. Kata parfum sendiri berasal dari bahasa latin "per fumum" yang berarti melalui asap. Riwayat parfum telah ada sejak zaman Mesopotamia kuno sekitar lebih dari 4000 tahun lalu. Pada zaman dahulu, orang-orang menggunakan tanaman herbal, rempah-rempah dan bunga dicampurkan bersama untuk membuat wewangian. Selanjutnya pada pertengahan abad ke-15 parfum dicampur kan minyak dan alkohol. Meskipun demikian, parfum baru mengalami kemajuan pesat pada abad ke-18 aroma wewangian dan botol yang indah. Dalam 20 tahun terakhir ini terdapat peningkatan yang pesat pada jumlah produksi parfum. Bahkan diperkirakan dapat memperoleh hasil penjualan tahun sebesar 25-i 30 juta dollar.

Bahwa parfum non alkohol tidak makruh dipakai dalam salat dan ulama India berpendapat bahwa alkohol hukumnya najis, sama dengan tuak (khamar). Disamping itu, memakai parfum merupakan salah satu bentuk perbuatan yang dianjurkan Rasulullah shallallahu alaihi wasallam, terutama dalam usahakan ibadah, sebagaimana dijelaskan dalam

⁴Maryatun, pengaruh promosi produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen muslim parfum dan alkohol di kota Jambi (JAMBI : Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2020), h.1,2..

suatu hadis terdapat kesunahan para rasul yaitu memakai minyak wangi.⁵

Ibnu qayyim Al- jauziyyah dalam kitabnya yang berjudul Ath-Thibb an-Nabawi menyebutkan, wangi-wangian adalah salah satu yang paling disukai nabi Muhammad dalam perkara dunia. dalam sebuah riwayat disebutkan:

Penjualan parfum non alkohol lebih diminati oleh hampir rata-rata di kalangan masyarakat dari mulai tingkat anak-anak lanjut ke dalam tingkat remaja sampai tingkat para orang tua, dibanding parfum alkohol. Alasan demikian dikarenakan parfum non alkohol lebih sedikit bahkan tidak ada alkoholnya, dan wangi nya tahan lama semua orang senang parfum relatif terjangkau harganya dan tahan lama aromanya, dibandingkan parfum beralkohol dari segi harga yang belum terjangkau oleh seluruh lapisan kalangan, dan aromanya yang belum tentu tahan lama. Yang sebagian para ulama memakruhkan sampai mengharamkan karena najis, selain itu parfum non alkohol pun mudah dijangkau di berbagai toko salah satunya di apotek, foto copy, pasar, konter dan lain-lain, harganya pun relatif terjangkau dari Rp5.000 sampai Rp25.000.⁶

Salah satunya bentuk parfum Rolland itu yang lebih terjangkau Karena harganya pun minimal rp5.000 sangat terjangkau apalagi bagi para siswa dan para mahasiswa, adapun nama toko dari parfum non alkohol yang dijadikan objek penelitian adalah DK PARFUM OFFICE Desa Kampung Sawah Di Kecamatan Baros, dan telah dilakukan wawancara secara terbuka dan terperinci bersama narasumber kami seorang distributor atau sales dari parfum tersebut yang bernama bapak apud, beliau bekerja sebagai distributor dari parfum tersebut kurang lebih 2 tahun di masa sebelum dan di masa pandemi, dengan menjual beberapa merek dari parfum tersebut ada merek melon parfum, Avril parfum, Shireen parfum, Haraziku parfum, Sissy parfum, Raffi Ahmad parfum, lovely parfum, vanilla

⁵ Nindi Kurnia, pengaruh sikap perhatian dan tindakan konsumen terhadap keputusan pembelian parfum dan alkohol (studi santriwadati di pondok pesantren Al Hidayat pasal X Kota Jambi), Jambi: skripsi fakultas ekonomi dan bisnis Islam Universitas Islam Negeri UIN Sultan Thaha Syaifuddin Jambi, 2020, hal 1-2.

⁶ Nindi Kurnia skripsi 2020,ha,....., 1-2 ..

parfum, Gatsby parfum , bulgari Aqua parfum, dan Jessica Parker parfum dan biasanya untuk kalangan anak muda adalah parfum bermerk parfum avril dan untuk para orang tua adalah bermerk Gatsby parfum .⁷

Menurut dari wawancara dengan bapak Apud setiap hari mendistributorkan 3 dus Yang 5k 600 botl yang 10k 400 botol yang spray 25k 144 botl adapun kadar alkohol di toko Parfum non alkohol tempat beliau bekerja atau mendistribusikan barang tersebut adalah toko DK PARFUM OFFICE menurut ujarnya jika parfum spray atau semprot itu kadar alkoholnya nya 0,9% size 30 ml dengan harga Rp25.000, sedangkan parfum dalam bentuk Rollan kadar alkoholnya 0% size 5 sampai 7 ml berkisar harga Rp4.000 sampai Rp8.000. pendapatan yang diperoleh sales dalam jual beli parfum non alkohol yakni keuntungan 20% kotor potong biaya operasional , dari pak apud sendiri memasarkan atau strategi marketingnya di kabupaten Serang dan kota Serang. Dan sistem yang digunakan dalam marketing parfum non alkohol adalah sistem konsinyasi yakni barang dititipkan di toko, lalu akan ditagih dalam sebulan sekali dan para toko membayar yang terjual saja dari produk tersebut.⁸

Sistem konsinyasi adalah suatu bentuk kerjasama penjualan antara pemilik barang (disebut sebagai konsinyor) dengan penyalur atau pemilik toko (disebut sebagai konsinyi) dalam menjual produk konsinyor. Bentuk kerjasamanya adalah konsinyor menitipkan produk untuk dijual kepada konsumen melalui jalur penjualan yang dimiliki oleh dan fungsinya akan membayar kepada konsinyor untuk produk-produk yang terjual dan biasanya detail tentang kerjasama tersebut dituangkan dalam suatu perjanjian tertulis. ⁹

Adapun hambatan-hambatan yang sering terjadi di dalam jual beli parfum non

⁷ Nindi Kurnia skripsi 2020,h,....., 2 .

⁸ Analisis Lingkungan, Internal Sebagai, and Dasar Penentuan, ‘Analisis Lingkungan Eksternal Dan Internal Sebagai Dasar Penentuan Strategi Bersaing Pada AZWA Perfume’, *Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5.1 (2020), 33–45.

⁹ Anonim, ‘ Feb 24 th, 2021, Sistem Konsinyasi : Pengertian, Keuntungan Dan Kerugian Dalam Bisnis. <https://WWW.harmoni.co.id> akses Kamis 25 Juni 2021’.

alkohol di toko DK PARFUM OFFICE menurut Bapak Apud diantara hambatan-hambatannya jika parfum tersebut dititipkan ditoko-toko lalu toko tersebut pindah tempat maka tidak ada konfirmasi sebelumnya, dan barang atau parfum tersebut pun dibawa pergi bersama pindahnya toko yang diberi kepercayaan untuk dititipkan parfum tersebut, selain itu hambatan yang lainnya nya pemasaran dan pendistribusian produk yang kurang maksimal karena belum maksimalnya usaha untuk meningkatkan pemasaran produknya dengan memperbanyak jalur distribusi dan promosi, kekurangan dari bahan baku yang diimpor, serta harga dari bahan baku tersebut yang sangat melonjak mahal. Maka dengan itu pendapatan yang diperoleh dari jual beli parfum non alkohol sebelum di masa pandemi berkisar dan diatas 10 sampai 15 juta, sedangkan sesudah adanya pandemi atau Dimas pandemi menurun berkisar dibawah 10 juta. Usaha dari parfum non alkohol pada toko DK PARFUM OFFICE memberikan potensi yang baik dikarenakan dengan hal berjualan parfum non alkohol menambah minat dari masyarakat menggunakan parfum non alkohol dibanding dengan parfum yang beralkohol.. adapun bahan-bahan dalam membuat parfum non alkohol di toko DK PARFUM OFFICE adalah sebagai berikut: bibit wangian, bahan yang absolut, metanol, adas umumnya seperti itu.¹⁰

Strategi merupakan alat mencapai tujuan. Strategi merupakan komitmen yang terintegrasi dan terkoordinasi yang dirancang untuk mengeksploitasi kompetensi inti dan mendapatkan keuntungan kompetitif.ketika memilih strategi, perusahaan membuat pilihan antara alternative bersaing sebagai jalur untuk memutuskan bagaimana mereka akan mengejar keunggulan bersaing.¹¹

Fungsi dan peran distributor Dalam rantai pasokan ;

¹⁰ ‘Analisis Lingkungan Eksternal Dan Internal Sebagai Dasar Penentuan Strategi Bersaing Pada AZWA Parfume’, *Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5.1 (2020), 35.

¹¹ Ireap Adminon, ‘January 29, 2021, Apa Itu Fungsi dan Peranan Produsen, Distributor, Peritel dan Konsumen dalam Rantai Pasokan, <https://www.ireappos.com/news/id/fungsi-dan-peran-produsen-distributor-peritel-dan-konsumen-dalam-rantai-pasokan/> diakses Jum’at , 25 Juni 29021’.

1. bagi Produsen, konsumen distributor berperan untuk membantu menyalurkan barang dan jasa yang dihasilkan produsen ke tangan pelanggan baik peritel atau pun langsung konsumen, Sehingga produsen dapat fokus mengawasi kesinambungan produksi, dan kualitas barang.
2. bagi Produsen, distributor juga berperan untuk mendapatkan pelanggan yang sesuai dengan areanya, dan juga dapat melayani pelanggan atau konsumen lebih baik, karena lokasi yang dekat antara distributor dengan konsumen atau pelanggan. Hal ini bisa dilakukan dengan cara melakukan promosi yang sesuai dengan kondisi daerah di masing-masing distributor.
3. bagi produsen, mengawasi stabilitas harga, karena suatu barang yang tertumpuk di suatu tempat dapat merendahkan harga sementara di kawasan yang kesukaran harga barang cenderung naik.
4. begitu pelanggan, peran distributor mempermudah konsumen mendapatkan atau membeli barang atau jasa yang dibutuhkan salah satunya dengan demikian dengan membangun pusat distribusi yang tersebar di setiap provinsi.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, penulis terinspirasi untuk melakukan sebuah penelitian dengan fokus penelitian yang berjudul: “Kontribusi Etika Pemasaran Syariah di Masa Pandemi dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Distributor Parfum Non Alkohol di Desa Kampung Sawah, Kecamatan Baros)”

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan pada penelitian ini yaitu, Kontribusi Etika Pemasaran Syariah di Masa Pandemi dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Distributor Parfum Non Alkohol di Desa Kampung Sawah, Kecamatan Baros)

1. Merek dari jual beli parfume non alkohol di DK PARFUM OFFICE Kampung Sawah Di kecamatan Baros
2. Kadar alkohol dari parfume non alkohol di DK PARFUM OFFICE Desa Kampung Sawah Di kecamatan Baros
3. Pendapatan distributor dari jual beli parfume non alkohol di DK PARFUM OFFICE di masa sebelum pandemi dan di masa pandemi Kampung Sawah Di kecamatan Baros
6. Faktor penghambat dalam memasarkan parfume non alkohol di DK PARFUM OFFICE Kampung Sawah Di kecamatan Baros
7. Bahan-bahan dalam membuat parfume non alkohol di DK PARFUM OFFICE Kampung Sawah Di kecamatan Baros
8. Teknik marketing dari parfume non alkohol di DK PARFUM OFFICE Kampung Sawah Di kecamatan baros

C. PEMBATASAN MASALAH

Untuk mendapatkan uraian yang lebih terarah tentang inti permasalahan, sehingga penulis tidak dapat meneliti keseluruhannya, karena ada keterbatasan waktu, dana, tenaga, dan supaya penelitian dilakukan secara mendalam, maka tidak semua masalah yang diidentifikasi akan diteliti. Untuk itu penulis memberikan batasan dimana akan dilakukan penelitian variabel apa saja yang akan diteliti serta bagaimana hubungan variabel satu dengan variabel lain. Dalam penelitian ini masalah yang akan diteliti berfokus hanya pada **Kontribusi Etika Pemasaran Syariah di Masa Pandemi dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Distributor Parfum Non Alkohol di Desa Kampung Sawah, Kecamatan Baros)**

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian yang sudah ada, maka penulis mengidentifikasi beberapa rumusan masalah yang ada, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimanakah praktik etika bisnis dalam transaksi jual beli di DK PARFUM OFFICE di Kampung Sawah Kecamatan Baros ?
2. Bagaimana pendapatan sebelum dan di masa pandemi dari jual beli DK PARFUM OFFICE di Kampung Sawah Kecamatan Baros?

E. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk Mengetahui praktik etika bisnis dalam transaksi jual beli di DK PARFUM OFFICE di Kampung Sawah Kecamatan Baros

Untuk Mengetahui pendapatan sebelum dan di masa pandemi dari jual beli DK PARFUM OFFICE di Kampung Sawah Kecamatan Baros

F. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka penulis dapat menguraikan beberapa manfaat dalam penelitian ini diantaranya :

1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemikiran dan dapat dijadikan sumber informasi yang berkaitan dengan distributor jual beli parfume non alkohol ataupun referensi dan pengetahuan bagi peneliti yang melakukan pengembangan penelitian selanjutnya dan memberi masukan bagi para pegiat bisnis parfum yang diharapkan menerapkan kaidah syariah khususnya pengembangan distributor jual beli parfum non alkohol yang menerapkan prinsip-prinsip syariah islam.

2. Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang berarti bagi para ditributor parfume umumnya dan, khususnya distributor parfume non alkohol yang menerapkan perinsip-perinsip syariah dan skaligus dapat memberikan

penjelasan tentang penerapan tinjauan ekonomi islam terhadap usaha parfume non alkohol di masa pandemi dalam meningkatkan pendapatan keluarga (studi kasus distributor parfume non alkohol Desa Kmpung Sawah di Kecamatan Baros). Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta menjadi bahan refersensi terutama yang berkaitan Etika Bisnis Pemasaran Jual Beli dimasa Pandemi Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Distributor Parfume Non Alkohol Desa Kampung Sawah diKecamatan Baros) Dan bagi peneliti, penelitian ini merupakan salah satu karya tulis ilmiah yang diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dalam mengkaji bidang keahlian yang dipelajari serta bisa dapat diimplmentasikan di dalam kehidupan sehari-hari terutama penerapan distributor parfume non alkohol berdasarkan perinsip-perinsip syariah islam.

G. PENELITIAN TERDAHULU YANG RELEVAN

Penelitian terdahulu yang relevan menguraikan teori, temuan dan bahan penelitian lain yang diperoleh dari acuan, yang dijadikan landasan untuk melakukan penelitian yang diusulkan sehingga jelas yang akan dilaksanakan. Menjelaskan penelitian terdahulu juga upaya untuk tidak menjiplak atau plagiat hasil penelitian terdahulu, atau meneliti dengan tema dan kajian yang sama. Uraian dalam penelitian terdahulu yang relevan diharapkan untuk menyusun kerangka atau konsep yang akan digunakan dalam sebuah penelitian. Dalam penulisan ini dijelaskan dan dikemukakan bab-bab terdahulu dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. penelitian yang dilakukan oleh saudari Jannah, Miftahul, Analisis Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Parfum Non Alkohol Pada Mahasiswa Bisnis Syariah UMSU,(Medan: skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara Medan, 2019)

dengan menggunakan persamaan variabel terikat (produk parfum non alkohol) dan perbedaan dari variabel bebas yakni (pengaruh harga dan lokasi), dengan objek penelitian Objek penelitian (mahasiswa manajemen Bisnis UMSU), dengan hasil penelitian relevan terdahulu Berdasarkan Hasil analisis

secara parsial harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk non alkohol pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UMSU, secara parsial berpengaruh dan signifikan antara lokasi dan keputusan pembelian produk parfum non alkohol pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UMSU¹²

2. *penelitian* yang dilakukan oleh saudara Khanzul Akhlar,” Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal Sebaagai Dasar Penentuan Strategi Berrsaing Pada AZWA parfume “, Makro, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol.5, No.1, (Mei 2020) dengan menggunakan variabel terikat (Strategi Berrsaing Pada AZWA parfume) dan variabel bebas Variabel bebas (faktor Lingkungan Eksternal dan Internal) Periode pengamatan (2014-2018) pada Objek penelitian (Sumatera Barat) maka hasil yang diperoleh dari hasil penelitian relevan terdahulu Berdasarkan Hasil analisis

Strategi bisnis yang telah dikembangkan oleh azwa parfum saat ini sudah sejalan dengan tuntutan persaingan dihadapi sekarang. Ini dibuktikan dengan meningkatnya target penjualan setiap tahunnya.¹³

3. Penelitian oleh saudara Nindi Kurnia, Pengaruh Sikap Perhatian dan Tindakan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Non Akohol (Studi santriwatidi di Pondok Pesantren Al Hidayat Pasal X Kota Jambi), (Jambi: Skripsi Fakultas Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2020),

¹² Miftahul Jannah, ‘skripsi’, 2019.h,.....,68,69

¹³ Analisis Lingkungan Eksternal Dan Internal Sebagai Dasar Penentuan Strategi Bersaing Pada AZWA Parfume’, Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 5.1 (2020),h, 44..

dengan menggunakan variabel terikat (Keputusan Pembelian parfum non alkohol) dan variabel bebas Variabel bebas (pengaruh sikap, perhatian dan tindakan konsumen) Objek penelitian Kota Jambi, dengan hasil penelitian yang relevan. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial :

- variabel sikap dan perhatian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, secara simultan variabel sikap, perhatian dan tindakan menunjukkan bahwa semua variabel independen mempengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan.¹⁴

4. *penelitian* oleh saudara Wahyu Oktavia, *Analisa Desain Visual dan Verbal Kemasan Parfum Eskulin Terhadap Ketatnya Persaingan Globalisasi*, jurnal, Vol 2 No.1 JunDesember 2017, dengan menggunakan Variabel terikat (kemasan produk Parfume) dan Variabel bebas (Desai visual dan verbal) Objek penelitian (Perusahaan PT Kinocare), maka hasil yang di peroleh dari penelitian relevan terdahulu : hasil Perbedaan permintaan pembelian pada anak berdasarkan terpaan pesan fantasi iklan televisi dan persepsi realitas. penelitian desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen dalam memberikan respon positif¹⁵

5. *Penelitian* Arief Indrawan Putra, *Perencanaan E-commerce dengan Bussines Model Canvas untuk Peningkatan Penjualan pada Toko Parfum*, Jurnal telematika, Vol .15 no. 1, institut Teknologi Harapan 1 Bangsa, Bandung dengan menggunakan Variabel terikat (Peningkatan Penjualan), maka hasil yang di peroleh dari penelitian relevan terdahulu :

¹⁴ Nindi Kurnia, skripsi, 2020, h,....., 76 .

¹⁵ Wahyu Oktavia, 'Analisa Desain Visual Dan Verbal Kemasan Parfum Eskulin Terhadap Ketatnya Persaingan Globalisasi', 2.1 (2017), 94.

- Hasil analisis website e-commerce yang dibuat dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi produk dan melakukan pemesanan secara online¹⁶

H. KERANGKA PEMIKIRAN

Kontribusi Etika Pemasaran Syariah diMasa Pandemi dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Distributor Parfum Non Alkohol diDesa Kampung Sawah, Kecamatan Baros)

1. Pengertian Etika Pemasaran Syariah

a. Definisi Etika Pemasaran Syariah

Mneurut William J. Santoso pemasaran meliputi sistem yang berhubungan dengan kegiatan untuk merencanakan dan menentukan harga, sehingga mempromosikan dan menditribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual ataupun potensial.¹⁷

Menurut Philip Kotler mendefinisikan pemasaran adalah kegiatan manusia yang darahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran.¹⁸

Pemasaran adalah salah satu strategi dalam menginformasikan kepada semua masyarakat mengenai produk-produk, harga, daln lain-lain yang akan dijualbelikan untuk memperoleh keuntungan dari apa yang usahakan.

Menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula Pemasaran Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan

¹⁶ Arief Indrawan Putra and Anita Diana, 'Perancangan E-Commerce Dengan Business Model Canvas Untuk Peningkatan Penjualan Pada Toko Parfum', 15.1 (1858), 27.

¹⁷ Salimiya, *Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syariah* Volume. 1, No, (Juni, 2020), h. 197

¹⁸ Salimiya, *Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syariah* Volume. 1, No, (Juni, 2020), h. 197

perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdersnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (business) dalam Islam.¹⁹

Pemasaran syariah adalah salah satu proses memberikan informasi kepada ada masyarakat luas agar masyarakat atau konsumen tersebut membeli produk yang telah diproduksi untuk mendapatkan keuntungan yang tentunya didasari oleh aturan syariah yakni al-qur'an dan hadits.

b. Dasar Hukum Pemasaran Syariah

QS. An-nisa:29

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۗ - ١٨٣

Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi (QS. An-nisa:29)²⁰

Qs. Al-Baqarah : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَٰلِكَ

بَاهُمْ قَالُوا ۗ إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ ۙ مَوْعِظَةٌ مِّنْ

رَبِّهِ ۙ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ ۙ مَا سَلَفَ ۗ وَأَمْرُهُ ۗ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ

هُم فِيهَا خَالِدُونَ - ٢٧٥

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan

¹⁹ Salimiya, *Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syariah* Volume. 1, No, (Juni, 2020), h. 198

²⁰ Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, ..., hal. 183

mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.²¹

Jual beli yang baik adalah jual beli yang ketika pelanggan setelah berbelanja ditempat tersebut merasakan kepuasan akan nilai barang dan harga yang didapati, dan ketika pelanggan melakukan pengembalian barang dan tetap mendapat pelayanan yang terbaik itu jual beli yang diajarkan rasulullah.

c. Definisi Pendapatan

Menurut Raharja dan Manurung bahwa pendapatan merupakan penerimaan berupa uang maupun bukan uang oleh seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu. Dalam bentuk bukan uang yang diterima oleh seseorang misalnya berupa barang, tunjangan beras, dan sebagainya. Sementara Menurut Ramlan, pendapatan dibagi dua yaitu pendapatan bersih dan pendapatan kotor. Pendapatan bersih adalah pendapatan yang telah mengalami pengurangan dari hasil produksi dan pendapatan kotor adalah pendapatan yang mengalami penambahan dari hasil produksi²²

Pendapatan keluarga adalah suatu pemasukan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan keluarga baik berupa sandang, pangan, dan papan.pendapatan keluarga terkadang mengalami naik dan turun, serta ada penadapatan bersih dan pendapata kotor.

d. Komponen Pendapatan

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan menurut Artianto dalam penelitiannya bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang,. yaitu:

1. Modal, yang merupakan barang hasil produksi tahan lama yang pada gilirannya digunakan sebagai input produktif untuk produksi lebih lanjut.

²¹ Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an Departemen Agama RI, Al- Qur'an dan Terjemahnya,.....,hal.275

²² Iskandar, *Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin DiKota Langsa* (Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Samudra Langsa Aceh) Jurnal Samudera Ekonomika, vol. 1, No. 2 Oktober 2017.h,128.

2. Lama usaha, merupakan usia dari berdirinya usaha pedagang - pedagang tersebut.
3. Jumlah tenaga kerja, yaitu tenaga kerja yang bekerja pada usaha, baik itu pemilik sendiri maupun orang lain.
4. Tingkat pendidikan, yaitu tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang diduga akan mempengaruhi pendapat an yang diterimanya dalam bekerja.
5. Lokasi, yaitu lokasi usaha pedagang merupakan suatu yang sangat vital, karena disitulah tempat dia menggantungkan hidupnya faktor-faktor yang mempengaruhi²³

I. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan di sajikan secara deskriptif yakni :

1. Penentuan Jenis Data

penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, dan data penelitian berupa data primer serta beberapa hasil pengkajian buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas. dimana objek penelitian diKecamatan Baros. Metode kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Sifat dari jenis penelitian dan penjelasan berakhir dilakukan dalam jumlah relatif kelompok kecil yang diwawancarai secara mendalam. Saya menggunakan metode kualitatif untuk menjawab seluruh permasalahan –permasalahan dalam penelitian ini

2. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

a. Sumber Data Primer

Sumber Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi mengenai Kontribusi Etika Pemasaran

²³ Iskandar, *Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin DiKota Langsa* (Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Samudra Langsa Aceh) *Jurnal Samudera Ekonomika*, vol. 1, No. 2 Oktober 2017.h,129

Syariah di Masa Pandemi dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Distributor Parfum Non Alkohol di Desa Kampung Sawah, Kecamatan Baros) meliputi

1. Pihak distributor DK PARFUM OFFICE

2. Pembeli/ konsumen DK PARFUM OFFICE

b. Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara seperti buku, jurnal, dan artikel.

3. Teknik Pengolahan Data

Langkah yang ditempuh dalam pengumpulan data ini adalah dengan mengumpulkan data-data yang akurat yang berhubungan dengan masalah ini, sehingga keabsahan data tersebut dapat diukur dan dapat dijadikan analisis sesuai dengan perumusan masalah dengan cara :

.a. Observasi

Mendatangi lokasi penelitian untuk mencari tahu sejarah dan data-data dari pihak Distributor parfume non alkohol DK PARFUM OFFICE di Kampung Sawah Kecamatan Baros.

. b.Wawancara

Yaitu dengan menemui Distributor parfume non alkohol. Untuk mengetahui informasi yang mengenai parfume non alkohol DK PARFUM OFFICE di Kampung Sawah Kecamatan Baros.

c. Studi Kepustakaan

Yaitu mengumpulkan data dengan mengkaji sumber kepustakaan sebagai bahan yang berkaitan dengan teori maupun data-data yang berkaitan dengan obyek penelitian.

d. Tempat penelitian DK PARFUM OFFICE di Kampung Sawah Kecamatan Baros

4. Pengolahan Data

Setelah data-data yang didapatkan sudah terkumpul, selanjutnya penulis klasifikasikan menurut masalahnya masing-masing kemudian dianalisis secara sistematis kemudian disimpulkan sehingga dapat diperoleh gambaran yang baik, jelas dan dapat diberikan data seteliti mungkin mengenai obyek penelitian.

5. Teknis Penulisan

a. Buku Pedoman Skripsi Fakultas Febi, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Tahun 2020.

b. Penulisan Ayat Al-Qur'an berpedoman pada Al-ur'an dan terjemahannya, yang diterbitkan oleh Departemen Agama Republik Indonesia.

c. Penulisan Hadis-hadis berpedoman pada buku aslinya yang dijadikan referensi, jika sulit ditemukan pada sumber tersebut, maka penulis mengutip dari buku yang didalamnya terdapat hadis-hadis yang dimaksud.

J. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut :

Bab Ke-satu Pendahuluan, pada bagian ini menjelaskan terkait dengan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metode penelitian, sistematika pembahasan.

Bab Ke-dua Tinjauan Teoritis, dalam bab ini penulis akan menjelaskan mengenai tinjauan teoritis tentang jual beli parfume non alkohol meliputi, pengertian Prinsip-prinsip

etika Bisnis Islam, pengertian jual beli, macam-macam jual beli, dasar hukum jual beli, akad, rukun dan syarat akad.

Bab ke-tiga Kondisi Obyek Lokasi Penelitian, dalam bab ini penulis akan menjelaskan mengenai kondisi obyektif lokasi penelitian meliputi, sejarah DK PARFUM OFFICE diKampung Sawah Kecamatan Baros, visi misi DK PARFUM OFFICE diKampung Sawah Kecamatan Baros, struktur DK PARFUM OFFICE diKampung Sawah Kecamatan Baros, tujuan DK PARFUM OFFICE diKampung Sawah Kecamatan Baros, letak geografis DK PARFUM OFFICE diKampung Sawah Kecamatan Baros

Bab Ke-empat Pembahasan Hasil Penelitian, Pada bab ini menjelaskan uraian mengenai hasil penelitian berupa temuan- temuan dari penelitian yang telah dilakukan dengan disertai pembahasannya yang mencakup Kontribusi Etika Pemasaran Syariah diMasa Pandemi dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Distributor Parfum Non Alkohol diDesa Kampung Sawah, Kecamatan Baros)

Bab Ke-lima, dalam bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang disampaikan berkaitan dengan kesimpulan yang telah dibuat.