

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Distribusi

##### 1. Pengertian Distribusi

Distribusi dari bahasa Inggris adalah *distribution* yang memiliki arti penyaluran. Distribusi merupakan suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dimana sewaktu barang dan jasa dibutuhkan. Dalam prosesnya distribusi menciptakan suatu kebermanfaatan (*utility*) waktu dan tempat. Peran distribusi merupakan serangkaian organisasi yang saling berhubungan dengan pemasaran menjadikan barang atau jasa siap untuk di gunakan atau di konsumsi.<sup>1</sup>

Menurut John M, Echols dan Hassan Shadilly berdasarkan kamus Inggris Indonesia berpendapat bahwa distribusi adalah membagikan, menyalurkan, menyebarkan, mendistribusikan, serta mengageni. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia distribusi dapat di katakan sebagai penyaluran (pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau beberapa tempat.<sup>2</sup>

Kesimpulan bahwa distribusi merupakan kegiatan yang dilakukan guna untuk mengirimkan barang atau jasa kepada pembeli, dalam distribusi diperlukan sarana dan tujuan yang jelas dengan waktu dan tempat yang tepat dan sudah di tentukan sebelumnya sehingga dapat terlaksana dengan baik.

---

<sup>1</sup> Silvy L. Karundeng, Thessa Natasya Mandey and Jacky S.B. Sumarauw, “Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado),” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 3 (2018): 1748–57.

<sup>2</sup> Putri Ayu, Desmawati, *Distribusi Zakat Terhadap Pendapatan Mustahik*, ( Sumatera: Azka Pustaka, 2024), 6.

## 2. Pengertian Distribusi Islam

Distribusi Islam merupakan konsep pembagian, penyaluran, atau penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai berdasarkan prinsip - prinsip Islam. tidak hanya sudut pandang dalam suatu bisnis akan tetapi juga merupakan sudut pandang untuk kemaslahatan guna untuk mencapai keseimbangan serta keadilan untuk sesama muslim. Distribusi dalam Islam di maksudkan sebagai penyaluran, pembagian, pengiriman barang dagang atau jasa dari produsen kepada konsumen. Ekonomi Islam menyebut distribusi dalam Bahasa Arab disebut *dulah* yang artinya perputaran terus atau perpindahan sesuatu dari satu tempat ke tempat yang lainnya, akan tetapi jika dilihat dari sudut pandang terminologi *dulah* merupakan suatu peredaran atau perputaran yang bersifat konstan tanpa adanya hambatan. Dimaksudkan sebagai kegiatan perputaran suatu (barang, harta, jasa) ke berbagai golongan guna memenuhi keadilan serta kebutuhan tertentu.<sup>3</sup>

Nabi Muhammad SAW menganjurkan untuk seluruh umat Islam dalam mendistribusikan harta dan penghasilan guna membantu rekan saudara yang membutuhkan dan kekurangan di bidang ekonomi. Nabi Muhammad SAW menganjurkan distribusi dari dua sudut pandang yaitu distribusi barang dan jasa yang berupa penyaluran atau penyampaian barang atau jasa dari suatu produsen kepada konsumen dan yang kedua distribusi penyampaian dan penyaluran barang atau jasa kepada mereka yang lebih membutuhkan. Hal ini dalam pandangan ekonomi di maksudkan dalam

---

<sup>3</sup> Dedi Mardianto, dkk, *Pengantar Ekonomi Islam*, ( Banten: PT Sada Kurnia Pustaka, 2022), 116.

distribusi dengan cara *profit* (mendapatkan keuntungan) dan *non profit* (tidak untuk mendapatkan keuntungan).<sup>4</sup>

Distribusi menurut pandangan Islam yaitu meningkatkan dan pembagian hasil kekayaan untuk sirkulasi kekayaan agar dapat ditingkatkan. Maksudnya adalah agar kekayaan tersebut dapat melimpah secara merata dan tidak banyak beredar di antara bagian-bagian golongan tertentu saja. Menurut Muhammad Anas Zarqo distribusi sebagai suatu metode pengiriman dari pendapatan kekayaan antara individu dengan cara pertukaran atau akad transaksi (melalui pasar) atau dengan cara lain.<sup>5</sup> Menurut Muhammad Anas zarqo ada beberapa prinsip distribusi Islam agar tidak hanya berdasarkan mekanisme pasar, tetapi juga dilandasi oleh prinsip moral sosial, dan keadilan yang bersumber dari ajaran Islam.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat di simpulkan bahwa tujuan utama dari distribusi bukan hanya untuk mengalurkan barang atau jasa saja akan tetapi juga untuk menjamin terpenuhinya kebutuhan dasar seluruh lapisan masyarakat secara adil dan merata. Oleh karena itulah distribusi islam harus memperhatikan kejujuran, tanggung jawab, serta keberpihakan terhadap kelompok yang lemah agar tidak terjadi ketimpangan sosial.

## **B. Strategi Distribusi**

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

Saluran distribusi memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan guna menjamin produk yang di pasarkan supaya produk tersebut tersedia secara merata di setiap wilayah. Saluran distribusi merupakan aspek yang

---

<sup>4</sup> Idri, *Hadist Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2017),15.

<sup>5</sup> c

krusial dalam keberlangsungan usaha agar terus bertahan dalam dunia persaingan yang semakin ketat.

AMA (*American Marketing Association*) berpendapat bahwa saluran distribusi merupakan suatu struktur unit organisasi dari sebuah perusahaan, baik dari dalam maupun luar sebuah perusahaan. Yang meliputi pedagang besar atau distributor, agen, dealer, dan pengecer, melalui sebuah komoditi, produk atau jasa yang di pasar kan.<sup>6</sup> Interpretasi ini memiliki makna yang lebih luas memasuki istilah struktur, definisi ini menjadi istilah yang bersifat statis dan membantu untuk mengetahui hubungan yang ada di masing-masing lembaga.<sup>7</sup>

Menurut Kotler strategi distribusi yaitu berbagai upaya yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk tersebut mudah di peroleh dan tersedia untuk konsumen.<sup>8</sup> Sedangkan Menurut Tjiptono Strategi distribusi berkenaan dengan penentuan dan manajemen saluran distribusi yang di gunakan untuk memasarkan dan memperlancar produk sehingga dapat sampai ke tangan konsumen dalam jumlah dan jenis yang di butuhkan serta dalam waktu dan tempat yang tepat.<sup>9</sup> Adanya saluran distribusi merupakan bagian penting dalam sebuah kelangsungan usaha. Dikarenakan tanpa adanya distribusi barang tidak akan sampai di tangan yang tepat.

---

<sup>6</sup> benny Siboro, "Analisis Strategi Saluran Distribusi Minyak Pelumas Enduro Pada Pt. Arjuna Lumas Dwiguna Pekanbaru" Oleh: Benny Siboro Pembimbing: Jushermi, Se., Msba Hj. Henni Noviasari, Se., Mm Abstract Strategy Analysis of Distribution Channels in Oil Lubricant Enduro P, 2022, 1–15.

<sup>7</sup> Rifqi suprpto, M. Zaky Wahyuddin Azizi, *Manajemen Pemasaran*, (Ponorogo; myria Publisher, 2020), 36.

<sup>8</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 467.

<sup>9</sup> Malik Ibrahim, Siti Saroh, and Dadang Krisdianto, "Implementasi Strategi Distribusi Pada Tujuan Penjualan Pt Indo Oji Sukses Pratama Kc Malang," *Jiagabi* 9, no. 2 (2020): 304–12.

distribusi merupakan kegiatan menyalurkan barang dari pihak yang memiliki barang tersebut hingga ke tangan pemakai atau konsumen oleh distributor atau produsen pada jarak waktu yang telah ditentukan. Dalam sebuah saluran distribusi sering disebut dengan saluran perdagangan atau saluran pemasaran. saluran ini akan terus digunakan oleh perusahaan dalam menawarkan produk dan jasanya. ini akan membantu perusahaan untuk membuka peluang baru di bidang distribusi dikarenakan semakin berkembangnya perusahaan produsen maka partner kerja sama dengan distribusi akan dibutuhkan.

## **2. Komponen Saluran Distribusi**

Dalam sebuah sistem distribusi, keberhasilan tidak hanya ditentukan oleh efisiensi transportasi dan penyimpanan produk semata. Terdapat berbagai indikator lain yang secara turut menentukan efektifitas distribusi dalam menjangkau konsumen secara optimal. Beberapa aspek penting tersebut antara lain yaitu pemilihan saluran distribusi yang tepat, pengemasan produk yang aman dan menarik, manajemen persediaan yang baik, dan komunikasi yang responsif dengan konsumen, serta kualitas pelayanan yang diberikan. Seluruh komponen ini akan bekerja secara terintegrasi untuk memastikan bahwa produk tidak hanya sampai di tangan konsumen. berikut komponen dalam strategi distribusi yaitu:

### **a. Saluran distribusi (Channel distribution)**

jalur atau perantara yang digunakan dalam menyampaikan produk dari produsen ke konsumen, seperti distributor, agen, reseller, atau distribusi langsung.

b. Manajemen Persediaan (*Inventory*)

pengelolaan stok barang dilakukan agar distribusi dapat berjalan lancar tanpa keterlambatan atau kekosongan produk. Manajemen persediaan yang baik akan menjadikan proses distribusi lebih terarah dan memastikan konsumen dapat memperoleh produk yang berkualitas secara tepat waktu dan merata.

c. Kemasan Produk (*Packing*)

bagian penting dalam distribusi yang memiliki fungsi melindungi produk selama proses pengiriman, sekaligus meningkatkan daya tarik visual dan branding produk.

d. Komunikasi Dan Pelayanan Pada Konsumen

interaksi dan Informasi yang di sampaikan kepada konsumen, baik mengenai ketersediaan produk, proses pemesanan, hingga pengiriman. Komunikasi yang baik dan efektif akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

### 3. Strategi Distribusi Islam

Hakikatnya, strategi distribusi Islam memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan<sup>10</sup> yang menerapkan prinsip maqosyid syariah guna menjamin produk yang di pasarkan amanah, halal dan tersedia secara merata di setiap wilayah. Saluran distribusi merupakan aspek yang krusial dalam keberlangsungan usaha agar terus bertahan dalam dunia persaingan yang semakin ketat. Sistem distribusi Islam juga mengatur jalur, saluran dan waktu agar produk sampai ke tangan konsumen tepat sasaran.

---

<sup>10</sup> Maulana Syarif Hidayatullah and Izzani Ulfi, "Konsep Distribusi Islam Sebagai Solusi Atas Masalah-Masalah Ekonomi," *UG Jurnal* 14, no. 10 (2020): 4–6.

Konteks distribusi Islam merupakan penyaluran oleh umum (publik) kepada pihak yang berhak menerima untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan syariah. Fokusnya dalam konsep distribusi Islam bukan semata mata dari distribusi tetapi bagaimana proses pendistribusiannya. Dengan demikian jika terjadi kegagalan dalam pasar, maka bingkai *fastabiqul khairat* akan mengarah pada pelaku pasar kepada kebijakan pemerintahannya terhadap proses redistribusi pendapatan. maksudnya yaitu jika distribusi konvensional sering kali hanya di ukur dari hasil akhirnya (*output*). namun, dalam ekonomi Islam fokusnya bukan hanya pada hasil akhir, akan tetapi juga pada proses pendistribusiannya itu sendiri. Dimana bukan sekedar dasarnya saja akan tetapi apakah prosesnya adil, dengan cara yang halal, dan tidak merugikan orang lain.<sup>11</sup>

Strategi distribusi memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan guna menjamin produk yang di pasarkan supaya barang tersebut tersedia secara merata di setiap wilayah. dua sistem distribusi utama yaitu distribusi secara komersial yang mengikuti sistem pasar serta sistem distribusi yang bertumpu pada aspek keadilan sosial masyarakat. Sistem distribusi komersial dan mengikuti mekanisme pasar yaitu mekanisme yang di hasilkan dari proses tukar menukar dari pemilik barang dan jasa, Seperti halnya akad jual beli. Sedangkan sistem distribusi yang lebih bernuansa sosial kemasyarakatan yaitu mekanisme berupa aliran barang dan jasa dari satu pihak kepada pihak lain tanpa meminta timbal balik. Distribusi Islam

---

<sup>11</sup> Nurul Fadhilah, "Strategi Manajemen Distribusi Islam Dalam Mengatasi Krisis Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19," *Business Innovation and Entrepreneurship Journal* 2, no. 4 (2020): 242–51, <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.168>.

bukan hanya tentang menyalurkan barang dari penjual kepada pembeli saja, akan tetapi juga semata mata untuk mencari Ridho Allah SWT. seperti halnya mekanisme Islam yang berkaitan erat dengan distribusi Islam yaitu:

a. *Rabbaniyah* ( Bersumber dari Allah)

Dimana aturan ekonomi dan distribusi Islam didasarkan pada Al Qur-an dan sunnah, bukan semata mata logika manusia.

b. *Insaniyah* (Kemanusiaan)

Ekonomi Islam memperhatikan aspek kemanusiaan yaitu keadilan dalam berbisnis, kepedulian terhadap yang lemah, dan perlindungan terhadap hak asasi manusia. Contoh pelarangan riba, gharar, keharusan upah yang adil untuk pekerja.

c. *Akhlakiyah* (etika moral)

Semua kegiatan ekonomi termasuk distribusi harus di lakukan dengan etika Islam, seperti jujur, tidak menipu, tidak memanipulasi harga dan tidak merugikan pihak lain.<sup>12</sup>

Saluran distribusi merupakan tindak lanjut setelah kegiatan ekonomi pada proses produksi. Hasil dari produksi yang diperoleh kemudian di pindah tangan kan dari satu pihak kepada konsumen atau pihak lainnya. Entah itu menggunakan cara pertukaran atau (*mudharabah*) antara hasil produksi dengan hasil produksi lainnya atau antara hasil produksi dengan uang. Dalam syariat Islam distribusi dinamakan transaksi (*aqad*).

Distribusi mempunyai makna yaitu penyebaran kemakmuran guna untuk ajaran yang penting di dalam Islam, sebagaimana di dalam Al Qur'an

---

<sup>12</sup> Trian Fisman Adisaputra & Asriadi Arifin, *Ekonomi Islam: Ekonomi Ilahiyah dan Akhlakiyah* (Parepare: Parepare Nusantara Press, 2023), hlm. 15–20.

(Q.S Al- Hasyir: 7) yaitu:

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

Artinya: “Apa saja harta rampasan (fa’i) yang di berikan Allah ke rasulnya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, Untuk Rasul, Kaum Kerabat, anak-anak yatim, orang orang `miskin dan orang orang yang dalam perjalanan, suoata harta ini beredar di antara otang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang di berikan rasulullah kepadamu, Maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh Allah amat keras Hukumnya.” (Q.S. Al-Hasyr:7)

Pada ayat diatas mengandung ajaran bahwa orang miskin akan menjadi tanggung jawab orang yang berkecukupan guna untuk menyantuni dan memberikan jaminan sosial. Adanya orang yang berkecukupan ini untuk membantu orang miskin dan hal ini akan memberikan keharmonisan bagi kehidupan, hal tersebut akan menimbulkan perhatian dan mementingkan satu sama lain. seperti yang kita tahu kemiskinan dan kekayaan adalah ciptaan Allah SWT.

Melalui berbagai penjelasan di atas tentang strategi distribusi Islam poin-poin yang dapat di ambil yaitu kebebasan ekonomi Islam memberikan banyak ruang dan akses yang sama dan memberikan hak alami kepada semua orang. pada intinya kepemilikan individu tetap dilindungi akan tetapi harus di imbangi dengan rasa tanggung jawab dan harus di landasi dengan landasan moral dan hukum. Selain itu pada umumnya saluran distribusi ini sangat penting untuk menggerakkan perekonomian suatu usaha agar terus bertahan dan terus memberikan kontribusi positif dalam menjaga

keseimbangan pasar.

### **C. Prinsip – Prinsip Distribusi Islam**

Distribusi merupakan salah satu aktivitas perekonomian bagi sebagian besar umat, termasuk dengan produksi dan konsumsi. Kajian mengenai distribusi ini senantiasa menjadi perbincangan khusus dalam ilmu ekonomi Islam dikarenakan pembahasan distribusi ini tidak berkaitan dengan aspek ekonomi saja, akan tetapi juga menyangkut aspek sosial dan politik sehingga menarik perhatian bagi aliran pemikir ekonomi Islam dan konvensional. Dalam sistem perekonomian, distribusi bukan hanya tentang proses teknis penyaluran dan jasa dari produsen ke konsumen, melainkan juga sebagai bagian dari ibadah dan pengalaman nilai – nilai syariah. Maka dari itu, distribusi dalam perspektif islam harus dilandasi oleh prinsip prinsip moral dan hukum islam yang bertujuan untuk menciptakan keadilan, keseimbangan dan kesejahteraan umat.<sup>13</sup>

Distribusi dalam perspektif ekonomi Islam harus dilandasi oleh prinsip prinsip moral dan hukum Islam yang memiliki tujuan menciptakan keadilan, keseimbangan dan kesejahteraan. Berikut prinsip prinsip yang harus di tanamkan ketika menjalankan usaha agar terus bertahan yaitu:

#### **1. Keadilan (*Al-‘Adl*)**

Distribusi islam menekankan bahwa harus dilakukan secara adil, tanpa adanya diskriminasi, monopoli ataupun disalah gunakan lainnya. Prinsip ini memiliki tujuan untuk memastikan bahwa setiap individu memiliki hak

---

<sup>13</sup> Rachman, G. G., & Yuningsih, K. Pengaruh biaya distribusi dan saluran distribusi terhadap volume penjualan (Studi pada Sari Intan Manunggal Knitting Bandung), “*Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*”, vol. 10 No. 2 (september 2010)

yang sama guna kelangsungan transaksi.<sup>14</sup>

## **2. Amanah dan Kejujuran**

Dimana kewajiban setiap produsen atau penyalur memiliki tanggung jawab untuk amanah dalam pendistribusiannya, untuk jujur dalam produknya dan sesuai dengan kualitas serta tidak melebihi lebihkan.

## **3. Transparansi (*Al – Wudhuh*)**

Hakikatnya distribusi Islam harus menggunakan cara transparansi secara jelas dan terang. Islam melarang adanya unsur gharar dalam sebuah usaha yang dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak dalam transaksi. transparansi bisa di artikan sebagai cara untuk lebih terbuka terhadap konsumen, mulai dari stock barang, pengemasan yang baik dan aman.

## **4. Keseimbangan (*Tawazun*)**

Islam mengharuskan pentingnya menjaga keseimbangan antara hal individu dan hal sosial, antara produsen dan konsumen serta antara kepentingan ekonomi yang stabil dan berkeadilan. Dalam tawazun ini mencangkup keseimbangan harga dan kualitas dalam barang dan pendistribusiannya, keseimbangan duniawi dan akhirat dalam usaha dan keberkahannya.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Irdan nurdiansyah, listia andani, keadilan distribusi dalam ekonomi Islam, “*Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*”, Vol 4 No. 02 (juli 2022) 158

<sup>15</sup> Gea Dwiki Yustanto et al., “Etika Bisnis Dalam Islam : Pedoman Sukses Dengan Kejujuran Dan Keadilan Business Ethics in Islam : Guidelines for Success with Honesty and Justice” 1, no. 2 (2024): 192–200.

## **D. Tingkatan distribusi**

Hakikatnya distribusi merupakan suatu kegiatan. Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi sampai ke tangan konsumen. Saluran distribusi sering disebut saluran perdagangan atau saluran pemasaran. Menurut Kotler setiap perusahaan harus memutuskan jumlah perantara yang digunakan pada tiap saluran pemasaran. Dilihat dari jumlah perantaranya, ada beberapa jenis saluran distribusi, yaitu:<sup>16</sup>

### **1. Distribusi Eksklusif**

Distribusi ini mencakup jumlah perantara yang sangat terbatas yang menangani barang atau jasa perusahaan. Hal ini akan dilakukan bila produsen ingin mempertahankan besarnya kontrol terhadap tingkat jasa dan hasil yang ditawarkan. Strategi ini juga membutuhkan persekutuan yang lebih kuat antara penjual dan perantara. Distribusi eksklusif cenderung mempertinggi kesan produk dan memungkinkan margin laba yang lebih besar.

### **2. Distribusi Selektif**

Distribusi selektif mencakup penggunaan lebih dari beberapa tetapi juga kurang dari semua perantara yang bersedia produk tetapi juga kurang dari semua perantara yang bersedia menjual produk tertentu. Distribusi selektif memungkinkan produsen memperoleh cukup banyak cakupan pasar dengan kontrol yang lebih besar dan biaya yang lebih sedikit dari distribusi intensif.

---

<sup>16</sup> Asep Muhammad Ramadhan, Dkk, Manajemen Pemasaran, ( Sukabumi : CV. Haura Utama, 2023) 130.

### **3. Distribusi Intensif**

Strategi distribusi intensif memiliki ciri penempatan barang dan jasa disebanyak mungkin toko. Bila konsumen membutuhkan banyak kemudahan lokasi maka penting sekali untuk menawarkan intensitas distribusinya yang lebih besar.

### **4. Distribusi Langsung**

Jenis distribusi ini adalah distribusi secara langsung. Dalam distribusi jenis ini dapat dikatakan bahwa suatu kegiatan menyalurkan atau mengirimkan barang dan jasa secara langsung yang dilakukan oleh produsen atau perusahaan. Dengan kata lain tidak menggunakan pihak ketiga untuk mendistribusi hasil produksinya kepada konsumen. Distribusi secara langsung harus memperhatikan kemampuan dari perusahaan itu sendiri, jangan sampai memaksakan kegiatan distribusi ini. Apabila tidak menyadari akan kemampuan yang dimilikinya maka proses distribusi tidak dapat berjalan dengan baik, sehingga hasil produksi tidak akan sampai dengan maksimal.

## **E. Mempertahankan Usaha**

### **1. Pengertian Usaha**

Menurut Kamus Besar bahasa Indonesia, Usaha merupakan aktivitas dalam mengarahkan tenaga, badan dan pikiran untuk mencapai sesuatu maksudnya perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai sesuatu yang di inginkan. Dalam bidang perdagangan berarti usaha merupakan

kegiatan dengan tujuan untuk mencari untung.<sup>17</sup> Harmaizar Z berpendapat bahwa usaha dapat di sebut dengan perusahaan, merupakan usaha yang melakukan aktivitas berturut turut dengan tetap dan terus menerus guna mencapai tujuan yang di inginkan untuk memperoleh keuntungan, perorangan maupun berkelompok.<sup>18</sup> Sedangkan Menurut Hughes dan Kapoor usaha adalah aktivitas individu untuk melakukan suatu hal yang tertata untuk menghasilkan dan memasarkan barang serta jasa guna untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan.<sup>19</sup>

Dalam definisi di atas dapat di simpulkan bahwa usaha dalam pandangan ekonomi perdagangan adalah tidak sebatas tentang penghasilan, akan tetapi dengan usaha kita dapat menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain. usaha yang dikelola dengan baik mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, memanfaatkan sumber daya yang secara optimal, serta membuka peluang bagi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, usaha memiliki dimensi yang lebih luas dibandingkan sekedar aktivitas ekonomi individual. Dalam konteks ekonomi islam, usaha dipandang sebagai bagian dari muamalah yang memiliki fungsi sosial, spiritual, dan ekonomi sekaligus.

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bertahannya Usaha**

Setiap pelaku bisnis pasti menginginkan keberlangsungan usaha nya terus berkembang dan bertahan, oleh karena itu ada beberapa faktor yang

---

<sup>17</sup> Muhandir Effendy, *Kamus besar Bahasa Indonesia* Edisi Kelima, Aplikasi Luring Resmi Badan Pengembangan Bahasa dan Perekuan, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2019

<sup>18</sup> Harmaizar Z, "*Menangkap peluang usaha*" (BekasI: CV Dian Anugrah Prakarsa Ed. II,2008),13.

<sup>19</sup> Bukhari Alma,"*Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*", (bandung: Alfabeta, 2003), 89.

dapat mempertahankan usaha yaitu:

a. Literasi keuangan

Kemampuan untuk mengelola keuangan itu sangat penting dalam mempertahankan usaha, kemampuan untuk membuat penilaian keuangan dalam kondisi tertentu semuanya termasuk dalam konsep literasi keuangan. Ini juga mencakup kemampuan untuk memahami komunikasi tentang masalah keuangan. Literasi keuangan merupakan pemahaman mengenai produk dan konsep keuangan dengan bantuan informasi dan saran, sebagai kemampuan yang tepat. Literasi keuangan merupakan komponen kunci dari pertumbuhan, stabilitas, dan ekonomi. Pengaruh literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keberlangsungan suatu usaha.

b. Niat dalam Keberlangsungan usaha

Keberlangsungan usaha akan mengacu pada seorang pelaku usaha yang menjalankan terus usahanya, hal ini terletak pada niat nya untuk terus berusaha. termasuk kemampuannya untuk terus memasarkan produknya guna untuk pendapatan operasionalnya. Tingkat keberhasilan inovasi bisnis, kesadaran akan kesejahteraan pelanggan dan staff nya serta pertimbangan ekuitasnya. Semuanya dapat di gunakan untuk menentukan keberlangsungan mempertahankan usahanya.<sup>20</sup>

c. Modal Usaha

Hal ini sama saja dengan kas yang di gunakan sebagai pokok dalam

---

<sup>20</sup> Tiara Salsabila Febriani Dika Putri and Tri Ratna Pamikatsih, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlangsungan Usaha UMKM Di Kabupaten Sukoharjo," *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3, no. 2 (2024): 103–18.

bertansaksi, pengeluaran dana, dan yang lainnya. Modal merupakan sebuah aset seperti berupa (uang tunai, barang) yang dapat di gunakan dalam menghasilkan sesuatu yang akan meningkatkan kekayaan seseorang. Kesimpulannya ialah modal usaha, biasanya disediakan dalam bentuk uang tunai atau aset lainnya untuk mengoperasikan bisnis. Modal merupakan bagian terpenting yang dapat menaikkan omzet melalui kegiatan pengembangan usaha untuk mempertahankan usaha.

#### d. Teknologi

Perkembangan bisnis sangat dipengaruhi oleh teknologi informasi yang serba canggih saat ini, dikarenakan adanya teknologi membantu kita dalam berinteraksi, beroperasi, seperti bisnis online, dan memberikan pendapatan tentang informasi perusahaan online, klien juga dapat melakukan penawaran jual belinya lewat alat komunikasi dengan mudah. teknologi juga dapat membantu pelaku usaha dalam mendistribusikan produk serta memasarkan produknya dengan cara yang mudah. menurut trihastuti dan rachmawati dalam penelitiannya menyatakan bahwa teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha.<sup>21</sup>

### **F. Peran Strategi Distribusi Islam Dalam Mempertahankan Usaha**

Bertahannya suatu usaha merupakan sebuah dambaan semua pelaku bisnis, akan tetapi dalam Islam mendirikan usaha tanpa di niatkan untuk

---

<sup>21</sup> Khairul Muna, Khairatun Hisan, and Fahriansah, "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Langsa," JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa vol. 2, no. 2 (2021),31–52.

mencari ridho Allah SWT sama saja tidak termasuk dari prinsip prinsip *Maqosyid Syariah*, dengan itu usaha dapat di katakan memenuhi syarat jika menjalankan apa yang sudah di tentukan oleh aturan syariah, salah satu dari bagian bisnis yaitu distribusi. hakikatnya distribusi tidak dipandang sebagai proses menyalurkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen saja akan tetapi juga sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan sosial. Strategi distribusi Islam berperan penting dalam menjaga keberlangsungan dan mempertahankan usaha, terutama dalam usaha kecil seperti *Home Industry*. Berikut merupakan beberapa peran penting dalam strategi distribusi Islam dalam mempertahankan usaha yaitu:

### **1. Membangun Loyalitas Konsumen**

Dengan cara ini prinsip kejujuran dan transparansi sesuai dengan ajaran Islam dapat membangun kepercayaan konsumen. kepercayaan ini menjadi dasar loyalitas, yang terpenting bagi kelangsungan usaha.

### **2. Fleksibel dalam Menghadapi Perubahan**

Strategi Distribusi Islam dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman, selama tidak keluar dari jalur syariah. Usaha dapat memanfaatkan teknologi digital untuk distribusi, tanpa melenceng dari ketentuan prinsip Islamiyah. Fleksibel ini penting dalam menghadapi perubahan pasar dan tetapi memperhatikan kelangsungan usaha.<sup>22</sup>

Dari pernyataan di atas dapat di simpulkan bahwa distribusi Islam memiliki keterkaitan erat dengan kelangsungan usaha dikarenakan terdapat nilai keadilan, kejujuran, transparansi yang harus di terapkan dalam bisnis.

---

<sup>22</sup> Frans M. Royan, "*creating distribution strategy aplikasi strategi perang SUN TZU dalam pendistribusian produk*", ed 3, (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007), 266.

Konsep distribusi Islam ialah tetap mengacu pada penyaluran atau pengiriman barang akan tetapi dengan pemahaman yang lebih luas dikarenakan mencari keberkahan dan kepercayaan sebagai modal jangka panjang bisnis. Dengan demikian, strategi distribusi Islam bukan hanya fokus pada aspek teknis dan efisiensi pengiriman barang, tetapi juga mempertimbangkan dimensi spiritual, sosial, dan moral dalam setiap proses distribusinya. Prinsip-prinsip ini menjadi landasan dalam membangun sistem usaha yang berkelanjutan, stabil, dan mendapat kepercayaan dari konsumen serta mitra usaha.

Dalam konteks *home industry* atau usaha kecil, penerapan distribusi Islam dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan dari pelaku usaha lain. Ketika usaha dijalankan dengan nilai-nilai syariah, maka akan muncul relasi bisnis yang harmonis, rantai pasok yang sehat, serta loyalitas pelanggan yang tinggi. Hal ini berkontribusi besar terhadap ketahanan usaha dalam jangka panjang, terutama di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

## **G. Home Industry**

### **1. Pengertian *Home Industry***

Definisi *Home* yang memiliki arti rumah, tempat tinggal, dalam arti umum, merupakan sebuah pondasi yang dijadikan tempat tinggal dalam jangka waktu yang panjang atau lama.

Definisi *Industry* berasal dari kata industri yang berarti sebuah kegiatan ekonomi yang bergerak pada bidang pengolahan produk. Industri merupakan sebuah bidang yang menggunakan keterampilan, kekuatan kerja dan juga distribusi dan penggunaan alat di bidang pengolahan hasil bumi

sebagai dasar kegiatan dalam produksinya.

*Home industry* merupakan usaha yang menghasilkan produk barang di perusahaan kecil yang dapat disebut dengan usaha rumahan. Disebut usaha rumahan dikarenakan jenis kegiatan ekonomi ini berpusat di tempat tinggal atau di rumah. Dikatakan *home industry* dikarenakan usaha ekonomi produktif tersebut berdiri sendiri bukan anak perusahaan ataupun cabang perusahaan.<sup>23</sup> Menurut Mulyawan *home industry* merupakan suatu perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu.<sup>24</sup>

Beberapa pendapat tentang Home Industri diatas dapat dikatakan bahwa Home industri merupakan kegiatan pengolahan barang mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang dilakukan oleh masyarakat dengan sebagai keterampilan yang dimiliki sendiri, yang disesuaikan dengan modal dan kualitas produksi yang ada, dan yang sesuai dengan modal dan kuantitas produksi yang ada, dan mampu mempengaruhi tenaga kerja lokal yang ada. Dengan demikian dapat di katakan bahwa home industri merupakan kegiatan pengolahan barang mentah atau barang setengah jadi dan menjadi barang jadi yang dilakukan oleh pemilik.

Dapat di simpulkan bahwa *Home industry* merupakan sebuah kegiatan usaha keluarga yang di lakukan di rumah dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu dengan pengelolaan sistematis terorganir dan

---

<sup>23</sup> Dayan Kasari Tameranga Et Al., "*Industri Rumah Tangga Kopi Bubuk Di Desa Tayawa Kecamatan Tojo Kabupaten Tojo Una-Una Dalam*" Vol. 1, No. 1 (2024): 280–93.

<sup>24</sup> Made Kelas et al., "*Alumni Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga FKIP Unsyiah Dosen Pada Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga FKIP Unsyiah 82,*" 2021, 82–89.

manajemen secara tradisional.

## **2. Implikasi Distribusi Islam terhadap keberlanjutan *Home Industry***

Setiap dimulainya bisnis, pasti terdapat tujuan tersendiri, seperti usaha skala kecil seperti home industri, strategi distribusi memiliki peran penting dalam keberlangsungan usaha. Ketika distribusi dilakukan berdasarkan prinsip Islam, maka tidak hanya aspek ekonomi yang di perhatikan, akan tetapi juga nilai-nilai sosial dan moral yang mendukung keberlangsungan usaha secara menyeluruh. Dengan menggunakan kepercayaan dan citra produk positif usaha distribusi yang dilakukan secara adil dan jujur dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Dalam sistem ekonomi Islam, produsen dilarang menipu, menyembunyikan cacat produk atau mengambil keuntungan berlebih. Selain itu implementasi distribusi Islam yaitu berpihak pada masyarakat, misalnya dengan harga yang wajar, pelayanan yang *fast respon* dan penyampaian produk tepat sasaran. Dapat mempererat hubungan sosial antar kalian sebagai produsen dan masyarakat sebagai konsumen, dimana hubungan ini menjadi aset berharga bagi usaha kecil karena sering kali mendatangkan dukungan moral, promosi mulut ke mulut sampai kerja sama antara pelaku usaha lokal.

Strategi distribusi ini dilakukan untuk menjaga laju perusahaan yang berkelanjutan. Sebagai sebuah instrumen strategi, kebijakan tentang saluran distribusi dapat digunakan untuk memperkuat kemampuan bersaing suatu perusahaan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi intensitas distribusi yang di terapkan, maka akan semakin kokoh kekuatan yang dimiliki dan semakin besar kemungkinan barang atau jasa yang di tawarkan dapat dijual pada pasar target tertentu. Hal ini menunjukkan

bahwa pengelolaan aktifitas saluran distribusi yang baik akan membawa manfaat positif berupa pertahanan usaha yang membuat penjualan terus dilakukan setiap saat.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Erlin, Dolphina, “*Analisis Hubungan Saluran Distribusi Terhadap Kinerja Pemasaran*”, Jurnal Media Ekonomi dan teknologi informasi Vol. 17 No. 2, September 2017