

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keterlibatan muslim dalam kegiatan bisnis bukanlah merupakan suatu fenomena baru, kenyataan tersebut telah berlangsung sejak empat belas abad yang lalu. Hal ini tidak mengejutkan, karena Islam menganjurkan kepada umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis. Dalam kehidupan Rasulullah SAW mengajarkan kita bagaimana berusaha yang baik dan benar dalam mencari rizki. Dengan bekerja seseorang akan menumbuhkan jiwa yang sehat serta akal yang sehat.¹

Islam mengajarkan kepada manusia untuk berusaha secara produktif dan aktif dalam hidupnya agar mendapat rizki dan mampu memenuhi kebutuhan hidup serta bermasyarakat dengan sebagaimana mestinya. Selain itu, Islam juga memerintahkan untuk berusaha dan bekerja keseluruhan penjuru dunia mencari anugrah Allah SWT. Islam tidak membatasi ruang lingkup pekerjaan selama tidak keluar dari koridor agama Islam atau bertentangan dengan norma-norma agama dan yang di halalkan Allah Swt. Sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an surat Al-Jumu'ah ayat 10-11:

¹ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Managemen Bisnis syariah*, (Bandung: CV Alfabeta, 2009), 302



Artinya:

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhotbah). Katakanlah: "Apa yang di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perniagaan", dan Allah Sebaik-baik Pemberi rezki”²

Dengan adanya anjuran berbisnis maka salah satu tempat terjadinya bisnis adalah perusahaan, keberadaan perusahaan mempunyai peran yang sangat penting dalam proses pendistribusian, dalam strategi penjualan, keberhasilan suatu perusahaan mencapai tujuan dan sasaran perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan memasarkan produknya. Tujuan perusahaan untuk dapat menjamin kelangsungan hidupnya, berkembang dan mampu

² QS. Al-Jumu'ah (62):10-11

bersaing hanya mungkin apabila perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kuantitas yang diharapkan serta mampu mengatasi tantangan dan para pesaing dalam pemasaran.³

Dalam memasarkan produknya perusahaan membutuhkan saluran distribusi, banyak produsen bekerja sama dengan perantara pemasaran untuk mengirimkan produk-produknya ke pasar. Distribusi adalah kegiatan membawa barang dan jasa pada konsumen.⁴ Secara umum, penentuan strategi yang tepat bagi perusahaan dimulai dengan mengenali peluang dan ancaman yang terkandung dalam lingkungan eksternal serta memahami kekuatan dan kelemahan pada internal perusahaan. Dengan demikian perusahaan mampu bersaing dan mencapai tujuan secara efektif dan efisien.⁵

Pendistribusi adalah agen penjualan yang menyalurkan atau perantara antara perusahaan ke konsumen, atau pasar, jadi bisa dikatakan sebagai pihak ke tiga. Dengan bekerja sama dengan agen penjualan, Agen adalah suatu perusahaan lain mandiri yang juga menyalurkan produk-produk lain di berbagai wilayah atau untuk berbagai industri.⁶

Untuk menjadi seorang agen harus menjalin kerjasama dengan fabrikasi yang memproduksi atau mengeluarkan produk tertentu. Untuk itu seorang

³Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 59

⁴ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: salemba Empat, 2011), 139

⁵ Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Penerbit Yrama Widya, 2006), 13

⁶ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV Yrama Widya, 2011), 167

agen harus mendapat kepercayaan penuh dari fabrikannya. Biasanya fabrikannya bersedia menjadikan agen jika memenuhi sejumlah syarat pokok, Seperti: (1). Memiliki kantor lengkap dengan nomor telepon. (2). Memiliki gudang yang aman dan cukup memadai luasnya. (3). Mempunyai orang-orang yang bertugas sebagai sales atau penjual produk. (4). Memiliki armada kendaraan untuk operasional barang. (5). Dan memiliki bank account yang bisa mengusahakan garansi bank.⁷

Perusahaan Rasa Baru dalam mendistribusikan produknya yaitu marning menggunakan jasa agen penjualan, disana terdapat 4 agen penjualan yang bekerjasama dengan perusahaan Rasa Baru, yaitu, 1). Agen Palapa, yaitu agen ini memasarkan di Jombang dan sekitarnya, dan kantornya di Jombang, 2). Agen Surabaya, memasarkan di Surabaya dan Sidoarjo, agen ini masih dalam bentuk rumahan, belum mempunyai kantor sendiri. 3). Agen Kertosono, daerah pemasarannya adalah kertosono dan sekitarnya, agen ini juga belum mempunyai kantor sendiri. 4). Agen Kedungsari, agen ini memasarkan di daerah Kediri, agen ini belum mempunyai kantor sendiri, merupakan agen yang tempatnya dekat dengan Perusahaan Rasa Baru. Dari ke empat agen tersebut bentuk dan sifat kerjasamanya berbeda-beda, agen yang dari Jombang, Surabaya, dan Kertosono menggunakan kerjasamanya ada uang maka ada barang, dan barangnya itu harus memesan terlebih dahulu,

⁷<http://alumbisnis.blogspot.co.id/2008/03/jadi-agen-penjualan-suatu-produk-atau.html>, diakses tanggal 11 Desember 2015.

pembayarannya sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak, pembayarannya bisa dimuka atau di belakang nantinya, dan keuntungan dari ketiga agen tersebut merupakan hak dari mereka, mau mencari keuntungan mereka, karena perusahaan hanya menyediakan barang saja, dan harga barangnya sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan, perusahaan mempunyai potongan harga, yaitu Rp. 1.000 / Bal, sedangkan agen yang keempat, yaitu agen yang berasal dari tetangga sendiri, yaitu agen Kedungsari kerjasamanya yaitu perusahaan menyediakan barang dan agen Kedungsari menyediakan jasa. Sedangkan keuntungannya nanti sesuai dengan kesepakatan berdua, perusahaan Rasa Baru juga terdapat retur, barang yang rusak bisa ditukar dengan yang baru, dengan menggunakan retur, tapi barang yang di retur ada syaratnya, yaitu cuma separuh barang yang bisa di returkan, ada juga pemesanan, yang memesan adalah para agen, tapi para penjual kecil juga memesannya juga. Dengan adanya kerjasama itu perusahaan akan lebih mudah dalam memasarkan dan mengirim barang kepada konsumen. Banyaknya konsumen atau tempat yang dituju itu sudah menjadi tugas dari agen, karena yang mencari dan mengurus adalah agen penjualannya. Pembagian keuntungan berdasarkan prinsip bagi hasil yang telah disepakati antara dua belah pihak.

Dalam Islam lebih dikenal dengan Makelar yang dalam bahasa arab *samsarah* adalah pelantara perdagangan (orang yang menjualkan barang atau

mencarikan pembeli) atau perantara antara penjual (*ba'i*) dan pembeli (*musytari*) untuk memudahkan jual beli.⁸

Dari kerjasama tersebut di harapkan dapat tercipta keadilan ekonomi, karena Islam mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain.⁹

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul “Strategi Agen Penjualan Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Deskriptif Pada Perusahaan “Rasa Baru” Desa Kedungsari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri)”.

B. FOKUS PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi agen penjualan yang diterapkan oleh perusahaan Rasa Baru Desa Kedungsari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana penerapan agen penjualan dalam perspektif ekonomi syariah di perusahaan Rasa Baru Desa Kedungsari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri?

⁸<http://andy-blogspot.co.id>, diakses tanggal 30 Desember 2015

⁹ Syafi'i, Antonio, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), 15

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi agen penjualan yang diterapkan oleh perusahaan Rasa Baru Desa Kedungsari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri
2. Untuk mengetahui penerapan agen penjualan dalam perspektif ekonomi syariah di perusahaan Rasa Baru Desa Kedungsari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Jika penelitian ini mencapai sasaran yang diharapkan, maka hasil penelitian ini di harapkan memberi manfaat, ada dua manfaat yaitu secara Teoretis dan secara Praktis:¹⁰

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ilmu Ekonomi Syariah, khususnya dibidang agen penjualan atau *samsarah*.

¹⁰ Jauhari, Heri, *Panduan Penulisan Skripsi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), 103

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi ilmiah terhadap penulisan dan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Memperluas media pengembangan penalaran yang dinamis bagi penulis sebagai bentuk konkrit realisasi teori-teori yang telah didapatkan selama prosedur belajar.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pihak-pihak dan atau lembaga terkait, khususnya dalam rangka mendukung terselenggaranya distribusi menggunakan jasa agen penjualan yang lebih baik lagi.
- c. Bagi Perusahaan Rasa Baru Desa Kedungsari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi sekaligus masukan dalam rangka peningkatan kualitas lembaga dan strategi agen penjualan yang lebih baik, terutama dalam hal pendistribusian.

E. TELAAH PUSTAKA

Dari penelitian terdahulu terdapat penelitian tentang agen, yaitu: “Analisis Kinerja Agen Asuransi Dalam Saluran Distribusi Asuransi Pada Marine Cargo Insurance” oleh Muhammad Rifqi F, Dalam penelitian tersebut, memotret tentang agen dan saluran distribusi yang bertujuan untuk mengetahui kinerja agen dalam saluran distribusi marine cargo diterapkan di PT. Bosowa Asuransi. Apakah pada perusahaan asuransi ini menerapkan strategi agen penjualan. Penelitian ini sangat bagus karena mencaritahu apakah perusahaan asuransi ini menerapkan strategi agen penjualan yang sesuai dengan teori agen penjualan, dengan demikian kita akan mengetahui apakah perusahaan asuransi itu benar-benar menerapkan strategi agen penjualan atau tidak di dalam perusahaan itu, atau cuma menggunakan jasanya saja tapi tidak menerapkan apa saja strategi agen penjualan atau makelar. Tetapi, di dalam penelitian ini yang berjudul “Strategi Agen Penjualan Perusahaan “Rasa Baru” Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Pada Perusahaan “Rasa Baru” Desa Kedungsari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri”. Meneliti tentang bagaimana strategi agen penjualan yang diterapkan dalam perusahaan Rasa Baru, perbedaannya dikatakan bahwa strategi agen penjualan diterapkan pada perusahaan Rasa Baru dan terletak pada objek dan subjeknya, yang dikatakan bahwa penerapan strategi agen penjualan di terapkan dalam perusahaan yang belum pernah ada yang membahasnya.