

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Toko Azas Adalah sebuah toko yang dimiliki oleh tiga orang dalam satu Keluarga, yang mana Toko Azas Farira dimiliki oleh H Furqan, Toko Azas Thoyba dimiliki oleh H Azzanuddin dan AA Samudera H Azinal Mukhlis. Yang mana toko ini menjual beberapa barang yang sama dengan Distribusi Penjualan yang sama. Manajemen distribusi penjualan memiliki peran penting dalam keberhasilan usaha karena memastikan produk sampai kepada konsumen secara tepat, cepat, dan efisien. Distribusi yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan. Dalam konteks bisnis syariah, penyaluran barang dan jasa harus dilakukan melalui saluran distribusi yang tepat agar proses distribusi berjalan efektif dan tidak menimbulkan kegagalan penyaluran (Syaripudin et al., 2024) Agar barang dan jasa dapat tersalurkan secara efektif dari produsen ke konsumen, perusahaan harus cermat dalam menentukan saluran distribusi yang tepat. Pemilihan saluran distribusi yang keliru tidak hanya dapat menghambat proses penyaluran, tetapi juga berpotensi menyebabkan kegagalan distribusi secara keseluruhan.

Strategi menjadi faktor penting dalam menunjang keberhasilan distribusi. Strategi merupakan perencanaan jangka panjang yang dirancang oleh pimpinan perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi. Meskipun memiliki tujuan yang sama, setiap perusahaan dapat menerapkan strategi yang berbeda. Oleh karena itu, penyusunan strategi, termasuk strategi pemasaran produk konsumsi, menjadi hal yang mutlak agar perusahaan mampu bertahan dan berkembang. (Arif Yusuf Hamali, S.S., 2016)

Distribusi yang efektif dan optimal menuntut perencanaan yang matang, terutama dalam pengelolaan sumber daya manusia dan pemilihan moda transportasi. Keterampilan, ketelitian, serta kemampuan beradaptasi terhadap berbagai kendala seperti cuaca, transportasi, dan persaingan pasar sangat menentukan kelancaran distribusi. Kehadiran pesaing baru mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan menyusun strategi distribusi yang adaptif. (Srisusilawati et al., 2024) Selain itu, pemilihan moda transportasi yang tepat juga memiliki peran vital dalam kelancaran distribusi. Dalam praktiknya, proses distribusi sering dihadapkan pada berbagai tantangan seperti cuaca ekstrem, kendala transportasi, dan ketidakpastian lainnya. Kehadiran para pesaing baru di pasar pun menambah kompleksitas persaingan, sehingga mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan menyusun strategi distribusi yang adaptif guna menjaga kelangsungan bisnisnya. (Walewangko, 2013)

Dalam perspektif Islam, kejujuran merupakan prinsip utama dalam aktivitas bisnis. Namun, praktik kecurangan seperti manipulasi harga, pengurangan timbangan, dan ketidakterbukaan transaksi masih sering terjadi dan merugikan konsumen. Kondisi ini menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap pelaku usaha dan menjadi perhatian lembaga perlindungan konsumen. (Muhammad, 2008)

Distribusi dalam kegiatan ekonomi diartikan sebagai proses penyaluran barang atau jasa dari produsen kepada konsumen secara tepat sasaran. Ketimpangan distribusi sering terjadi akibat penyalahgunaan kekuasaan, sehingga pemerataan distribusi perlu diarahkan pada nilai-nilai sosial dan etika. Islam menekankan keadilan dan kesetaraan dalam memperoleh kekayaan tanpa membedakan status sosial. (Syukur, 2018)

Islam membolehkan aktivitas perdagangan selama tidak mengandung unsur kezaliman. Jual beli merupakan aktivitas ekonomi yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia dan menjadi sarana pertukaran nilai yang saling menguntungkan. Pasar menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi ekonomi tersebut. (Farhan et al., 2024)

Berbeda dengan sistem ekonomi konvensional yang cenderung menitikberatkan pada efisiensi dan keuntungan, ekonomi syariah menekankan keadilan, transparansi, dan keberkahan dalam distribusi. Prinsip-prinsip ini

menjadi dasar dalam menciptakan keseimbangan dan kesejahteraan bagi seluruh pihak yang terlibat. (Holis, 2016)

Untuk meminimalkan risiko distribusi, perusahaan dapat menerapkan metode distribusi tunggal atau distribusi jamak, yang masing-masing memiliki kelebihan dan kelemahan. Islam mengajarkan keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat melalui pemanfaatan sumber daya ekonomi secara optimal sesuai nilai-nilai syariah, dengan al-Qur'an sebagai pedoman utama. (Rizza Azzah Syafawati, 2018)

Dorongan al-Qur'an pada sektor distribusi telah dijelaskan pula secara eksplisit. Ayat-ayat distribusi seperti QS. al-Anfal (8): 1:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ
كَئِنْ لَا يَكُونَ دُولُهُ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ؕ وَمَا أَتَاكُمْ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ؕ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ
اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

"Apa saja harta rampasan (fai') yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya yang berasal dari penduduk beberapa negeri, maka harta itu adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak-anak yatim, orang-orang miskin, dan 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. Bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah sangat keras hukuman-Nya."

Ayat ini menjelaskan prinsip dasar distribusi kekayaan dalam Islam. Meskipun ayat tersebut secara khusus membahas pembagian harta *fai'*, para ulama menjelaskan bahwa ayat ini juga mengandung prinsip umum mengenai pemerataan ekonomi. Kalimat:

"agar harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu"

menunjukkan bahwa Islam menghendaki agar kekayaan tidak hanya terkonsentrasi pada kelompok tertentu, tetapi dapat memberikan manfaat bagi masyarakat yang lebih luas. Oleh karena itu, sistem distribusi dalam Islam harus memperhatikan aspek keadilan, pemerataan, dan kemaslahatan.

Dalam konteks manajemen distribusi penjualan, ayat ini dapat dimaknai bahwa pelaku usaha hendaknya mendistribusikan produk secara adil dan merata sehingga dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Distribusi yang baik bukan hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga memastikan barang tersedia di berbagai wilayah sesuai kebutuhan konsumen. Dengan demikian, kegiatan distribusi mencerminkan nilai keadilan, tanggung jawab, dan kemanfaatan sebagaimana diajarkan dalam Islam.

Selain itu, ayat ini juga menegaskan pentingnya menaati ketentuan Rasulullah ﷺ dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Seorang pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga menjalankan usahanya dengan jujur, amanah, tidak melakukan praktik yang merugikan pihak lain, serta memperhatikan kepentingan masyarakat secara luas.

Manajemen distribusi dalam bisnis syariah harus memperhatikan keadilan harga, kejelasan akad, serta menghindari praktik yang merugikan salah satu pihak. Hal ini menjadi tantangan bagi Toko Azas dalam mengoptimalkan jalur distribusi agar tetap kompetitif tanpa mengabaikan prinsip syariah. (Shofiyani, 2022)

Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan manajemen distribusi penjualan di Toko Azas dalam perspektif bisnis syariah. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan solusi strategis untuk meningkatkan kinerja distribusi yang berlandaskan nilai-nilai Islam serta menjadi referensi bagi pelaku usaha lain. (Latifah et al., 2025)

Munculnya Masalah dalam toko Azas dalam Efisiensi Pengiriman, yang mana tidak dijadikan satu Ekspedisi untuk lebih mudah dalam biaya. Maka oleh karena itu Pendistribusian barang di Toko Azas sangat dipengaruhi oleh lokasi usaha yang strategis. Lokasi yang dekat dengan pusat aktivitas dan akses transportasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai dan kemudahan akses bagi konsumen Selain itu, pendistribusian barang di Toko Azas sangat

dipengaruhi oleh lokasi usaha yang strategis. Lokasi yang dekat dengan pusat aktivitas dan akses transportasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai dan kemudahan akses bagi konsumen. (Orr & Stewart, 2022)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan manajemen distribusi berbasis syariah, khususnya dalam industri pakaian, serta menjadi rujukan bagi akademisi, pelaku usaha, dan regulator dalam mendukung pertumbuhan bisnis syariah di Indonesia. (Reza Fahma & Agus Eko Sujianto, 2022)

B. Rumusan Masalah

Adapun Rumusan Masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Sistem Manajemen Distribusi yang diterapkan oleh toko Azas?
2. Bagaimana Penerapan Manajemen distribusi Syariah yang diterapkan oleh Toko Azas saat ini?
3. Apa saja tantangan yang dihadapi Toko Azas dalam mengelola distribusi penjualan sesuai dengan prinsip bisnis syariah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan Penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi bahwa manajemen dalam perspektif Ekonomi Syariah
2. Mengidentifikasi bahwa sistem manajemen distribusi penjualan yang diterapkan oleh Toko Azas saat ini

3. Mengidentifikasi bahwa tantangan yang dihadapi Toko Azas dalam mengelola distribusi penjualan sesuai dengan prinsip bisnis syariah

D. Signifikansi Penelitian

Secara ringkas penelitian ini memiliki guna sebagai:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil Penelitian ini dapat menambah pengetahuan peneliti mengenai Distribusi Penjualan dan perspektif Ekonomi Syariah pada Toko Azas.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meningkatkan pengetahuan mengenai Manajemen Distribusi dalam Perspektif Ekonomi Syariah
- b. Bagi pemilik toko-toko Azas hasil penelitian ini dapat menambah Pengetahuan dan meningkatkan Manajemen Distribusi dalam Perspektif Ekonomi Syariah

E. Definisi Operasional

Definisi Operasional digunakan untuk menghindari salah penafsiran dan pengertian. Antara peneliti dan pembaca, untuk istilah yang digunakan dalam penelitian yang berjudul : Manajemen Distribusi Penjualan Toko Pakaian Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus: Toko Azas).

1. Manajemen distribusi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan dalam mengelola proses penyaluran produk dari produsen atau supplier kepada konsumen akhir. Aktivitas ini mencakup pemilihan saluran distribusi, pengelolaan logistik, pengaturan stok, dan strategi pemasaran yang bertujuan untuk menjangkau konsumen secara efektif dan efisien.

a. Perencanaan Distribusi

perencanaan distribusi yang dimaksud dalam penelitian ini Adalah Menerapkan bagian dari sistem rantai pasok (supply chain) yang melibatkan peramalan permintaan, pengaturan aliran barang dan informasi. Perencanaan yang matang memungkinkan Toko meminimalkan risiko pemborosan dan meningkatkan koordinasi antarbagian.

b. Pengelolaan Persediaan

Yang dimaksud dari Pengelolaan Persediaan didalam penelitian ini Adalah mengatur penyimpanan, mengendalikan dan mengawasi barang yang dimiliki agar selalu tersedia dalam jumlah yang tepat, pada waktu yang tepat.

c. Transportasi

Transportasi yang dimaksud dalam penelitian ini Adalah pemilihan dari toko untuk menggunakan Ekspedisi yang Tepat agar bisa membawa Barang atau Produk dari pabrik ke toko secara efisien.

d. Strategi Penjualan

Dalam Strategi penjualan yang maksud dalam penelitian ini Adalah rencana atau Langkah-langkah yang disusun secara sistematis oleh toko untuk meningkatkan penjualan, menjangkau target pasar, serta mencapai tujuan bisnis secara efektif dan berkelanjutan.

2. Manajemen distribusi penjualan dalam perspektif ekonomi syariah adalah proses pengelolaan penyaluran produk pakaian dari Toko Azas kepada konsumen yang dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip Islam, yaitu amanah (tanggung jawab), keadilan ('adl), kejujuran (shiddiq), transparansi, efisiensi, serta larangan israf (pemborosan), dengan tujuan mewujudkan kemaslahatan bagi semua pihak.

3. Maka oleh karna itu Manajemen distribusi penjualan merupakan proses yang sangat penting dalam memastikan produk dapat disalurkan dari produsen atau pemasok kepada konsumen akhir secara tepat. Melalui pengelolaan saluran distribusi, logistik, pengaturan persediaan, serta strategi pemasaran yang terencana, manajemen distribusi penjualan bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi penyaluran produk. Dengan manajemen distribusi yang baik, perusahaan dapat menjangkau konsumen secara optimal, menjaga ketersediaan barang, serta mendukung keberhasilan dan keberlanjutan usaha.

F. Sistematika Penulisan

BAB I. PENDAHULUAN Pada BAB ini berisi mengenai judul, latar belakang masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI Pada BAB ini berisi tentang kajian teori sub-bab Manajemen Distribusi, sub-bab Perspektif Ekonomi Syariah, sub-bab Toko Azas, sub-bab kajian terdahulu, dan sub-bab kerangka pikir

BAB III. METODE PENELITIAN Pada BAB ini memuat sub-bab jenis dan pendekatan penelitian, sub-bab lokasi penelitian, sub-bab subjek dan objek penelitian, sub-bab data dan sumber data, sub-bab teknik analisis data, dan sub-bab tahapan penelitian

BAB IV. HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN Pada BAB ini memuat hasil dan pembahasan dari hasil observasi dan wawancara

BAB V. PENUTUP Pada BAB terakhir ini memuat tentang kesimpulan, saran-saran serta rekomendasi. Kesimpulan akan menyajikan secara singkat seluruh penelitian terkait masalah penelitian