

**KEDUDUKAN SALES PROMOTION PADA PRAKTEK
PENJUALAN KONSINYASI PRESPEKTIF FIQH
MUAMALAH (Studi Kasus UD. Tri Star Bakery)**

Skripsi ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Syariah (S.Sy)



Oleh :

Siti Qamariah Tiflen

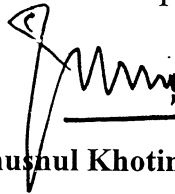
NIM. 10110576

**JURUSAN MUAMALAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT ILMU AL-QURAN(IIQ)
JAKARTA
1434/2014**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Kedudukan *Sales Promotion* pada praktek penjualan konsinyasi prespektif fiqh muamalah” (studi kasus pada UD.Tri Star Bakery). Oleh Siti Qamariah Tiflen dengan NIM. 10110576 telah disajikan pada sidang Munaqasyah Fakultas Syari’ah Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta pada tanggal 09 Juni 2014. Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Syariah (S. Sy)

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized initial 'U' and a series of wavy lines, positioned above a horizontal line.

Dr. Hj. Umi Khusnul Khotimah, M.Ag

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Siti Qamariah Tiflen**

NIM : 10110576

Tempat/Tanggal Lahir : Abepura, 26 Oktober 1991

Menyatakan bahwa **skripsi** dengan judul “kedudukan *Sales Promotion* pada praktek penjualan *konsinyasi* perspektif fiqh muamalah” (studi kasus pada UD.Tri Star Bakery). Adalah benar-benar asli karya saya kecuali kutipan-kutipan yang sudah disebutkan. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Jakarta, 16 Mei 2014

METERAI
TEMPEL
PAJAK MEMBRANGUN BANGSA
TGL. 20

CF61FACF389387836

ENAM RIBU RUPIAH

6000



DJP

Siti Qamariah Tiflen

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur hanya kehadirat Allah SWT, atas rahmat,taufiq dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “ Kedudukan *Sales Promotion* pada praktek penjualan *konsinyasi* perspektif fiqh muamalah” (studi kasus pada UD.Tri Star Bakery) dapat terselesaikan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan. Penulis sangat menyadari bahwasanya dalam penyelesaian skripsi ini terdapat banyak hambatan yang penulis hadapi, namun dengan kegigihan yang keras serta adanya dukungan dari semua pihak baik secara moril maupun materil sehingga hambatan tersebut dapat teratasi dengan baik.

Terkhusus untuk Kedua Orang Tua Tercinta, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya dari dalam hati serta penghormatan yang sitinggi-tingginya atas do'a, nasehat, dukungan, dan kasih sayangnnya yang tulus dan juga selalu memberikan yang terbaik kepada penulis. Tiada kata yang pantas diucapkan selain bermunajad kepada Allah SWT, semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat serta hidayah kepada keduanya, amin yaa rabbal alamin.

6. **Bapak David Tristanto** selaku Pemilik UD. Tri Star Bakery yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian di UD. Tri Star Bakery.
7. Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2010 Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta yang tak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
8. Kedua Orang Tua tercinta yang selalu dengan tabah memberikan dorongan moril maupun materil serta semangat dan Do'a kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala keterbatasan dan kerendahan hati, penulis persembahkan skripsi ini. Semoga Allah SWT dengan segala kerunia-Nya memberkahi kita semua, dan besar harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua.

Jakarta, 16 Juni 2014

DAFTAR ISI

Persetujuan Pembimbing.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Pernyataan Penulis.....	iii
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	ix
Pedoman Transliterasi.....	xii
Abstrak.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
D. Kajian Pustaka.....	12
E. Kerangka Teori/Konsep.....	18
F. Metode Penelitian.....	23
G. Sistematika Penulisan.....	27
BAB II KAJIAN UMUM AKAD WAKALAH DAN SALES PROMOTION DALAM PENJUALAN KONSINYASI	
A. Pengertian dan Ruang Lingkup Akad.....	29
B. <i>Wakalah</i>	39
1. Pengertian <i>Wakalah</i>	39

A. Kedudukan <i>Sales Promotion</i> dalam Akad <i>Wakalah</i> Pada Penjualan <i>Konsinyasi</i> di UD. Tri Star Bakery	115
B. Aspek Akad <i>Wakalah</i> dalam Praktek Penjualan <i>Konsinyasi</i> di UD. Tri Star Bakery	118

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	125
B. Saran	127

DAFTAR PUSTAKA	129
-----------------------------	-----

B. Vokal

Vokal tunggal	Vokal panjang	Vokal Rangkap
Fathah : a	أ : â	أ... : ai
Kasrah : i	ى : î	ؤ... : au
Dhammah : u	و : û	

C. Kata sandang

1. Kata sandang yang diikuti alif lam (ال) *qamariyah*
Kata sandang yang diikuti alif lam (ال) *qamariyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

البقرة : al-Baqarah

المدنة : al-Madinah

2. Kata sandang yang diikuti oleh alif-lam (ال) *syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti alif lam (ال) *syamsiyah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

الرجل : ar-rajul

السيدة : as-Sayyidah

الشمس : asy-syams

عَامِلَةٌ نَاصِبَةٌ : Âmilatun Nâshibah

الآيَةُ الْكُبْرَى : al-Âyat al-Kubrâ

5. Huruf Kapital

Sistem penulisan huruf arab tidak mengenal huruf capital, akan tetapi apabila telah dialih aksarakan maka berlaku ketentuan Ejaan yang Disempurnakan (EYD) bahasa Indonesia, seperti penulisan awal kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri dan lain-lain. Ketentuan yang berlaku pada EYD berlaku pula dalam alih aksara ini, seperti cetak miring (*Italic*) atau cetak tebal (*bold*) dan ketentuan lainnya. Adapun untuk nama diri yang diawali dengan kata sandang, maka huruf yang ditulis capital adalah awal nama diri, bukan kata sandangnya. Contoh: 'Ali Hasan al-'Aridh, al-'Asqaliiani, al-Farmawi dan seterusnya. Khusus untuk penulisan kata Alqur'an dan nama-nama surahnya menggunakan huruf capital. Contoh: Al-Qur'an, Al-Baqarah, Al-Fatihah dan seterusnya.

dengan pendekatan *study kasus*, serta menetapkan perusahaan UD. Tri Star Bakery sebagai tempat dan fokus penelitian. Untuk menganalisis data maka penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan akan didiskripsikan melalui 3(tiga) tahapan yaitu reduksi data kemudian tahapan selanjutnya yaitu display data dan yang terakhir yaitu penarikan suatu kesimpulan dari hasil penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kedudukan sales promotion pada praktek penjualan konsinyasi di UD. Tri Star Bakery memiliki peran yang sangat penting sebagai perwakilan dari pemilik perusahaan yang bertanggungjawab dalam hal memasarkan produk ,menambah jumlah agen penjualan, serta semakin memaksimalkan hasil penjualan produk. Dalam prespektif akad wakalah, seorang sales promotion berkedudukan sebagai wakil yaitu seseorang yang mendapat kepercayaan dari pihak muwakkil (pemilik perusahaan) dan didelegasikan untuk berinteraksi langsung dengan para agen penjualan mewakili pihak muwakkil. Adapun praktek jual beli konsinyasi yang terjadi pada Perusahaan UD. Tri Star Bakery jika ditinjau dari segi aspek akad wakalah, pelaksanaan praktek tersebut belum sepenuhnya berjalan sesuai dengan aturan-aturan pada akad wakalah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang universal dan sempurna. Hal ini dapat dibuktikan dari segala bentuk aturan-aturan yang sangat baik dalam agama Islam. Islam tidak hanya mengatur tentang ibadah saja, namun juga aqidah sebagai tatanan dan fondasi keimanan hingga muamalah yang mengatur antara manusia dengan sesama manusia. Muamalah artinya hukum-hukum yang berkaitan dengan tindakan manusia dalam persoalan-persoalan keduniaan, misalnya dalam persoalan jual-beli, utang piutang, kerja sama dagang, perserikatan, kerja sama dalam penggarapan tanah dan sewa-menyewa.¹ Muamalah juga merupakan tata cara atau peraturan dalam menghubungkan sesama manusia untuk memenuhi keperluan masing-masing yang berlandaskan syariat Islam yang melibatkan bidang ekonomi dan sosial keagamaan. Muamalah yang dimaksudkan ialah dalam bidang ekonomi yang menjadi tumpuan semua orang

¹ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, cet. ke-2 (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. vii

pemilik modal atau pemegang saham. Sehingga sebagai pengelola, manajer memiliki kewajiban memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik, tetapi dalam kenyataannya informasi yang disampaikan oleh manajer terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya. Kondisi yang demikian dikenal sebagai informasi yang tidak simetris atau asimetri informasi. Dalam hal ini asimetri informasi antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba.

Usaha dalam bidang keagenan merupakan jasa perantara untuk melakukan transaksi bisnis tertentu yang menghubungkan pelaku usaha yang satu dengan yang lain atau yang menghubungkan pelaku usaha dengan konsumen di pihak yang lain. Pihak yang memberi perintah disebut prinsipal, sedangkan pihak yang diminta untuk melakukan perbuatan hukum disebut agen.

Ada berbagai sistem penjualan yang mengikat antara pihak prinsipal dengan keagenan salah satunya dengan sistem *konsinyasi*. *Konsinyasi* menurut Drebin Allan R yaitu penyerahan fisik barang-barang oleh pihak pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen

Konsinyasi menurut kontrak kerjasama ini terdapat beberapa karakteristik perjanjian, yaitu perjanjian penitipan, perjanjian jual beli, perjanjian keagenan dan perjanjian distributor, maka perjanjian *konsinyasi* antara *consignor* dengan *consignee* tidak diatur secara khusus, tetapi terdapat di dalam masyarakat dan lahirnya perjanjian ini berdasarkan asas kebebasan mengadakan perjanjian yang berlaku di dalam hukum perjanjian. Dalam kontrak kerjasama ini *consignor* sebagai produsen menitipkan barang atau produk kepada *consignee* untuk dijualkan dengan ketentuan setiap barang yang telah terjual, jumlah uang hasil penjualan barang tersebut disetor kepada si pemilik (si penitip barang) dikurangi komisi yang telah disepakati. Dalam sebuah sistem *konsinyasi* sebelumnya pihak produsen mengirimkan seorang karyawan yang didelegasikan sebagai seorang *Sales Promotion* sekaligus menjadi distributor terhadap barang yang akan diperjualbelikan.

Menurut pendapat Djaslim Saladin, "*Sales Promotion consist of a diverse collection of incentive tols, mostly short term, designed to stimulate quicker and or greater purchase of particular products or service by consumers or the trade*". ("Promosi penjualan terdiri

dapat memperkuat posisi produk dan menciptakan keterkaitan jangka panjang dengan konsumen.

Dalam sistem *konsinyasi* ini, seorang *Sales Promotion* memiliki peran yang sangat penting dalam maju mundurnya sebuah tingkat penjualan yang akan berpengaruh pada keuntungan yang dihasilkan. Untuk itu kiranya seorang sales sudah sepatutnya dihargai dan diberikan sebuah apresiasi sebagai wujud dari usaha dan kerja keras yang telah dilakukan.

Salah satu dari sekian banyak perusahaan yang menggunakan sistem *konsinyasi* dengan menggunakan jasa *Sales Promotion* sebagai alat untuk merangsang peningkatan penjualan adalah perusahaan UD. Tri Star Bakery yang berada di Jl. Raya Abepura No.59 Kali Acai Kota Jayapura Provinsi Papua. UD. Tri Star Bakery adalah sebuah perusahaan dagang berdasarkan surat perizinan nomor: S.P.P – IRT.No:2069471010053-18. Perusahaan ini bukan merupakan sebuah perusahaan yang menjalankan prinsip syariah, namun dalam pelaksanaan usahanya perusahaan ini menggunakan sistem konsinyasi yang mirip dengan sistem syariah (Aqad wakalah). Perusahaan ini bergerak di bidang Bakery. Awal mula adanya usaha ini karena melihat roti

karyawan di bidang sales yang didelegasikan untuk mencari dan memasarkan produk serta mendistribusikan kepada para agen yang rata-rata adalah kalangan industri menengah ke bawah. Hal ini dikarenakan faktor persaingan dengan semakin berkembangnya mall yang tambah menjamur di kota Jayapura dengan tampilan lebih modern. Mereka mulai menawarkan berbagai macam makanan cepat saji (*fast food*) termasuk olahan roti.

Dalam proses pemasaran produk pada perusahaan roti UD.Tri Star Bakery ini, para *sales* dituntut untuk mendapatkan dan memasarkan produk roti sebanyak mungkin kepada para agen. Namun tidak dapat dipungkiri, dalam memasarkan produk terdapat agen yang tidak menyetor hasil penjualan roti, jika terjadi demikian berdasarkan prinsip konvensional yang diterapkan pada perusahaan ini maka kerugian atas hal tersebut ditanggung sepenuhnya oleh *sales promotion* biasanya dengan cara memotong penghasilan bulanan para *sales* tersebut.

Berdasarkan pada latar belakang inilah maka penulis menilai permasalahan tersebut harus segera terselesaikan hal ini akan membantu bukan hanya bagi

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang penulis kemukakan pada latar belakang di atas, maka batasan masalah dalam penulisan ini adalah Bagaimana perspektif Fiqh Muamalah terhadap kedudukan *Sales Promotion* pada praktek penjualan *konsinyasi* di UD. Tri Star Bakery dilihat dari akad *wakalah*, dengan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kedudukan *sales promotion* dalam akad *wakalah*?
2. Bagaimanakah aspek akad *wakalah* dalam praktek penjualan *konsinyasi* di UD. Tri Star Bakery?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dan kegunaan dari penelitian kali ini adalah :

1. Untuk mengetahui kedudukan *sales promotion* dalam akad *wakalah*.
2. Untuk menegetahui aspek akad *wakalah* dalam praktek penjualan *konsinyasi* di UD. Tri Star Bakery.

Adapun Manfaat Penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis:

atas barang-barang ini tetap berada di tangan pemilik sampai barang-barang ini dijual oleh pihak agen penjual.⁷

Dalam prespektif Hukum Islam, kajian atas konsep penjualan *konsinyasi* masih menjadi sebuah perdebatan, apakah ia termasuk dalam jenis bai', wakalah, atau bahkan wadi'ah. Hal ini terjadi karena sistem penjualan *konsinyasi* mempunyai karakteristik unik yaitu sebuah bentuk jual beli namun memakai jasa wakil atau agen dengan menitipkan barang atau wadi'ah.

Hendi Suhendi, meski tidak secara jelas menyebut sistem keagenan *konsinyasi* dalam bukunya mengutip pendapat dari Abu Hanifah tentang mewakilkan dalam jual beli mengungkapkan bahwa keagenan secara mutlak wakil/agen berhak melakukan jual beli dengan sekehendaknya, namun Hendi sendiri lebih sepakat terhadap pendapat Jumhur tentang mewakilkan jual beli dimana perwakilan mutlak bukan berarti agen/wakil sekehendaknya berbuat namun harus terkait dengan kebiasaan yang berlaku di masyarakat dewasa itu.⁸ Perbedaan pandangan ini berlanjut pada perwakilan yang

⁷ Doni Noviandi, <http://share.pdfonline.com> , diunduh pada tanggal 15 januari 2014

⁸ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, cet. Ke 1 (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2008) hlm. 236

Sistem Keagenan *Konsinyasi* di CV. Mic Pickalasan".¹⁰

Dalam skripsi ini dikemukakan praktik *konsinyasi* yang dijalankan oleh CV. Mic Pickalasan yang mana CV. Mic Pickalasan adalah sebuah perusahaan dagang yang memegang prinsip syariah sehingga segala aspek yang berhubungan dengan sistem penjualan, rukun dan syarat penjualan, jenis aqad, serta mengenai hak dan kewajiban dari berbagai pihak yang bekerjasama dalam usaha perdagangan ini yaitu pihak *muwakkil*, *wakil*, *agen* semua berjalan sesuai dengan prinsip syariah.

Pada CV. Mic Pickalasan menggunakan praktek keagenan *konsinyasi* yang mana pihak *muwakkil* akan mendelegasikan tugas dan tanggungjawab kepada *wakil* untuk selanjutnya mencari agen penjualan serta melaksanakan tugas sesuai dengan kesepakatan. Pihak *wakil* dalam pelaksanaannya setelah mendapat seorang agen penjualan terlebih dahulu melakukan sebuah aqad yang mana menggunakan aqad wakalah dan dengan secara jelas menjelaskan perjanjian yang meliputi hak dan kewajiban serta sangsi yang akan diberikan apabila terjadi sesuatu hal yang dapat merugikan salah satu pihak.

¹⁰ Isma Ali Nurliahudin, "Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Keagenan *Konsinyasi* di CV. MIC PIC Kalasan," Skripsi, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2013), t.d

sehingga tidak jarang uang tersebut dipergunakan oleh para agen penjualan untuk diputar sebagai modal usaha untuk membeli produk lain. Berdasar pada gambaran tersebut maka Isma Ali Nurliahudin tertarik untuk meneliti praktek penjualan dengan sistem konsinyasi yang terjadi pada CV. Mic Pickalasan dengan mengangkat sebuah masalah tentang bagaimana pandangan Islam terhadap pemakaian hasil pendapatan dari barang *konsinyasi* yang terjual oleh para agen dari sudut pandang hak dan kewajiban dalam akad *wakalah*.

Meskipun penelitian mengenai praktek *konsinyasi* sudah banyak dilakukan, peneliti menganggap bahwa aspek ini masih perlu untuk diteliti dengan teknik dan sudut pandang yang berbeda agar dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang sering terjadi di lapangan. Berdasarkan pada penelusuran penulis terhadap literatur dan karya tulis ilmiah lainnya, peneliti tidak menemukan karya tulis yang membahas tentang kedudukan *Sales Promotion* pada praktek penjualan *konsinyasi* menurut perspektif Fiqh Muamalah. Untuk itu dalam penelitian ini penulis akan mengambil sebuah judul penelitian yaitu “kedudukan *Sales Promotion* pada praktek penjualan *konsinyasi* menurut perspektif Fiqh Muamalah

sunnah, haram, makruh dan mubah. hukum-hukum fiqh terdiri dari hukum-hukum yang menyangkut urusan ibadah dalam kaitannya dengan hubungan vertical antara manusia dengan Allah dan hubungan manusia dengan manusia lainnya.¹¹

2. *Wakalah*

Wakalah berasal dari wazan *wakala-yakilu-waklan* yang berarti menyerahkan atau mewakilkan urusan sedangkan *wakalah* adalah pekerjaan wakil . Al-*wakalah* menurut istilah para ulama didefinisikan sebagai berikut :

- Golongan Malikiyah : “Seseorang menggantikan (menempati) tempat yang lain dalam hak (kewajiban).
- Golongan Hanafiyah : “Seseorang menempati diri orang lain dalam pengelolaan”.
- Golongan Syafi’iyah : “Seseorang menyerahkan sesuatu kepada yang lain untuk dikerjakan ketika hidupnya”

¹¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, h.233

yang memberikan keuntungan pada penjualan, dan dapat meningkatkan volume penjualan dengan segera. Kotler memberikan pengertian *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) sebagai insentif jangka-pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa.¹⁴ Grewal and Levy memberikan pengertian *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) sebagai insentif spesial atau program-program menarik yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk dan jasa tertentu.¹⁵

Menurut J.Paul Peter ” *Sales Promotion* adalah sebuah kegiatan atau materi yang menawarkan pelanggan, tenaga penjualan, dan reseller sebuah bujukan langsung untuk membeli produk. Pancingan atau stimulus ini yang menambahkan nilai atau insentif untuk sebuah produk mungkin dalam bentuk

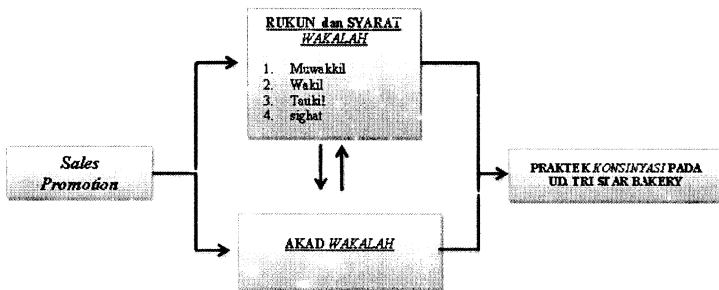
¹⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, Jilid 2, (Jakarta: PT INDEKS, 2007), h. 266

¹⁵<http://id.shvoong.com/business-management/marketing/2177086-pengertian-sales-promotion-promosi-penjualan>, diakses tanggal 14 Januari 2014

pabrik (atau pedagang grosir) kepada dealer (atau pengecer) akan tetapi pabrikan masih memegang hak atas barang tersebut.¹⁸

Dalam sebuah penelitian, gambaran sementara terhadap variable yang diteliti dalam penelitian sangatlah penting. Hal ini karena pada fase inilah penulis akan memberikan sebuah gambaran terhadap arah penelitian yang disebut juga sebagai Kerangka konseptual.

Berdasarkan pandangan tersebut, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



F. Metode Peneletian

1. Jenis dan Pendekatan

Berdasarkan Jenis penelitian secara umum dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu penelitian

¹⁸ Doni Noviandi, <http://share.pdfonline.com>

2. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber diperolehnya data dapat berupa:

- a. Data Primer, yaitu data yang didapatkan secara langsung melalui sumber utama dalam penelitian melalui wawancara dengan karyawan UD. Tri Star Bakery sebagai pemilik barang, sales penyuplai barang dan agen sebagai penerima barang.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang didapatkan dari referensi- referensi atau literature beberapa dokumen- dokumen dan sumber-sumber ilmiah lainnya berupa sumber penunjang dalam penelitian.

3. Teknik Analisis Data dan Pengolahan Data

Teknik analisis data dan pengolahan data adalah sebuah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih sederhana serta mudah dibaca dan diinterpretasikan. Berdasarkan pengertian tersebut maka pada penelitian kali ini menggunakan table frekuensi.

- a. Teknik Analisis Data

sketsa dan matriknya akan dianalisis dan kemudian diambil kesimpulan sehingga makna data dapat ditemukan.

G. Sistematika Penulisan

Hasil akhir dari penelitian ini akan dituangkan dalam laporan tertulis dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan; memuat latar belakang masalah, perumusan dan pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori/konsep, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II. memuat teori-teori pendukung penelitian. Bab ini akan dibagi menjadi beberapa sub bab yang akan membahas tentang; Akad *wakalah* yang meliputi pembahasan tentang pengertian *wakalah*, dasar hukum akad *wakalah*, rukun akad *wakalah* dan syarat *wakalah*; *Sales Promotion* yang membahas tentang, pengertian *Sales Promotion*, tujuan *Sales Promotion* dan macam-macam *Sales Promotion* dan *konsinyasi*.

Bab III. Dikemukakan profil singkat UD. Tri Star Bakery serta kewajiban para pihak dalam praktek

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis telah lakukan pada Perusahaan UD. Tri Star Bakery, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. UD. Tri Star Bakery merupakan sebuah perusahaan dagang yang menganut prinsip dagang konvensional berdasarkan surat perizinan nomor: S.P.P – IRT.No:2069471010053-18 namun dalam praktek penjualan produknya menggunakan sistem penjualan konsinyasi yang juga terdapat dalam prinsip dagang syariah yaitu aqad wakalah namun belum sempurna. Kedudukan *sales promotion* pada praktek penjualan konsinyasi di UD. Tri Star Bakery memiliki peran yang sangat penting sebagai perwakilan dari pemilik perusahaan yang bertanggungjawab dalam hal memasarkan produk ,menambah jumlah agen penjualan, serta semakin memaksimalkan hasil penjualan produk sehingga secara tidak langsung akan berdampak pada kemajuan dari perusahaan UD. Tri Star Bakery.

akad wakalah karena dalam praktek penjualan *konsinyasi* yang terjadi pada UD.Tri Star Bakery, pihak *muwakkil* masih membebankan kerugian sepenuhnya kepada pihak wakil ketika dalam pelaksanaannya terdapat agen yang tidak bertanggung jawab dengan membawa lari uang hasil penjualan.

B. Saran

Berdasarkan gambaran penelitian yang telah penulis lakukan pada Perusahaan UD. Tri Star Bakery dengan segala kelebihan dan kekurangannya, maka penulis mencoba untuk memberikan masukan kepada *Muwakkil* dalam hal ini pemilik perusahaan agar meninggalkan prinsip dagang konvensional dan beralih ke prinsip dagang syariah serta menjalankan sistem penjualan konsinyasi secara syariah serta dengan benar-benar memperhatikan aspek-aspek sesuai dengan *aqad wakalah* sehingga perlu adanya kajian ulang tentang kebijakan kerugian dari agen yang tidak bertanggung jawab tersebut yang pada akhirnya antara pihak *muwakkil* dan wakil dapat saling menguntungkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Az-Zuhaili, Wahbah, *FIQH ISLAM 5*, terj. Abdul Hayyie al-Kattani, Jakarta: Gema Insani, Cet. Ke-1, 2011.
- Alu Mubarak, Syaikh bin Abdul Aziz, *Ringkasan Nailul Authar*, terj. Amir Hamzah Fachrudin, Asep Saefulah, Jakarta: Pustaka Azzam, cet. Pertama, 2006
- Abdurrahman, Asmuni, *Qaidah-qaidah Fiqh (Qawaidul Fiqh)*, Jakarta Bulan Bintang, cet. ke 1, 1976
- Anwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, cet. ke 1, 1989.
- Basyir, Ahmad Azhar, *Asas-asas Hukum Muamalat*, Yogyakarta : UII Press, cet. ke 1, 2004
- Dewan Syariah Nasional, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI*, jilid 2, Jakarta: Gaung Persada Press, cet. Pertama, 2010
- Ghazaly, Prof.Dr. Abdul Rahman, MA dkk, *FIQH MUAMALAT*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cet. Ke-1, 2010
- Haroen, Nasrun, Dr., M.A., H., *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, cet. ke-2, 2007
- Hidayatullah, Syarif, *Qawaid Fiqiyah dan Penerapannya dalam Transaksi Keuangan Syariah Kontemporer*, Jakarta : Gramata Publishing, 2012
- Kotler, Philip dan Lane Keller, Kevin, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, jilid 2, cet. 12, 2007
- Karim, Adiwarman A., *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani Press, cet. ke 1, 2001

promotion-promosi-penjualan/ diakses pada tanggal 14 Januari 2014

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2011-2-01026-MC%20Bab2001.pdf> diakses pada tanggal 14 Januari 2014

<http://communicationista.wordpress.com/2009/07/01/>, diunduh pada tanggal 10 April 2014.

O'Malley dalam <http://communicationista.wordpress.com> , diunduh tanggal 10 April 2014