

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan informasi umum tentang penelitian dalam tesis ini. Isinya terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian; pernyataan dan pertanyaan tentang masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teoritis serta hipotesis penelitian.

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia sangat pesat. Saat ini, internet tidak hanya digunakan oleh warga perkotaan, tapi juga bagi penduduk desa terpencil. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia 2016, jumlah pengguna internet mencapai 132,7 juta orang. Itu berarti bahwa lebih dari separuh penduduk Indonesia adalah pengguna internet. Selanjutnya, pertumbuhan pengguna internet diimbangi oleh pertumbuhan e-commerce. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016, jumlah e-commerce di Indonesia mencapai 26,2 juta.

Diagram 1.1
Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia¹



Kemunculan internet membantu banyak orang untuk menjual dan membeli produk atau jasa melalui media digital. Saat ini, apapun bisa dijual dan dibeli di internet mulai dari makanan, elektronik, fashion dan lain sebagainya.

¹ Diambil dari data *Asosiasi Jasa Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII)* pada tahun 2016

Semua itu bisa dijalankan dengan komputer atau smartphone. Ini bisa dikelola di rumah tanpa harus pergi ke kantor atau toko; Hanya tinggal di rumah untuk mengelola dan mengembangkan bisnis. Tidak perlu modal besar bahkan tanpa modal sama sekalipun, setiap orang bisa mulai mengembangkan bisnis online.

Kunci sukses bisnis termasuk bisnis online adalah konversi penjualan. Pada pemasaran digital, konversi adalah hal yang sangat ditargetkan untuk membawa bisnis lebih maju.³ Ada banyak strategi dan teknik penjualan yang dapat dipilih. Sejak 2013, ada sistem penjualan populer yang diminati oleh banyak orang, yaitu sistem dropship. Ini menjadi populer sampai sekarang terutama untuk proses penjualan melalui media online. Sistem ini memungkinkan siapa saja untuk mulai berjualan, meski tanpa stok barang.

Dalam teori pemasaran, dropship adalah bagian dari bauran pemasaran tepatnya *place* atau distribusi.⁴ Distribusi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang sangat penting dalam menentukan hasil penjualan. Untuk dapat menghasilkan penjualan yang baik, perlu dilakukan pengelolaan distribusi yang tepat. Sistem penjualan dropship merupakan pilihan yang tepat karena dapat menghasilkan penjualan lebih banyak dimana banyak orang diperbolehkan menjual produk atau jasa tanpa harus memproduksi, stok, dan tanpa membelinya terlebih dahulu. Hanya menjual gambar atau spesifikasi produk dan layanan.

Para pengusaha harus menyadari bahwa sistem dropship memiliki banyak kelebihan. Namun bagi pengusaha muslim, tentu tidak hanya memikirkan kemudahan atau jumlah keuntungan yang bisa didapat. Lebih dari itu, halal dan haram harus dipertimbangkan terlebih dahulu. Sebelum mulai bisnis, pengusaha muslim harus mempertimbangkan beberapa hal yang berkaitan dengan sistem bisnis apakah diperbolehkan berdasarkan hukum syariah atau tidak. Jadi, Alquran dan hadis harus menjadi cengkeraman kuat dalam menjalankan aktivitas bisnis.

² Carol Lopucki, *Guide to Starting And Operating A Small Business*. (Michigan: America's SBDC, 2015), 5.

³ Phil Frost, *Marketing 101: Why Conversion is Key to Your Success*. (Main Street ROI, 2016), 4.

⁴ Sunil Chopra. *Designing the Distribution Network in a Supply Chain*. (Sheridan Road, Evanston, USA: Kellogg School of Management, Northwestern University, 2001), 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۝

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah mengkhianati kekayaan orang lain secara tidak adil, hanya dalam urusan yang sah dengan persetujuan bersama. Dan jangan bunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang.”⁵

Perdagangan diperintahkan oleh Allah bahkan dalam beberapa hadits disebutkan bahwa 9 dari 10 rezeki adalah berasal dari perdagangan. Lalu, saat ini ada banyak jenis perdagangan yang dilakukan di masyarakat. Islam sebagai agama yang relevan sepanjang zaman harus bisa memberikan kejelasan hukum terhadap semua praktik perdagangan baru yang belum pernah ada pada zaman Nabi. Dropship adalah pola perdagangan yang perlu diketahui status hukumnya.

Sistem penjualan dropship tidak melanggar ketentuan, asalkan sesuai dengan prinsip syariah. Ada beberapa prinsip Islam yang harus dipenuhi dalam dropship, termasuk prinsip kejujuran. Dalam salah satu hadis disebutkan sebagai berikut:

“Dua orang yang terlibat dalam transaksi, karena tidak terpisahkan, berhak memilih membatalkan atau melanjutkan kontraknya. Jika keduanya jujur transparan, maka kontrak penjualan mereka diberkati. Namun, jika mereka saling bertukar kebohongan dan menutup-nutupi, niscaya akan menghilangkan berkat penjualan.”⁶

Hal utama adalah kejujuran dalam aktivitas komersial, hal itu tidak mencakup apapun yang merugikan salah satu pihak. Bagi penjual, penting untuk memahami nilai kejujuran dan menghindari dari aspek lain seperti riba yang dilarang oleh agama. Sistem dropship tidak pernah dipraktikkan pada saat Nabi Muhammad SAW, namun ada beberapa kesepakatan yang sesuai dan bisa digunakan.

Agar aktivitas dropshipping tidak menyimpang dari aturan Islam, setidaknya ada dua cara alternatif yang harus dilakukan. Keduanya didasarkan pada muamalah yang mengatur semua aktivitas komersial dalam Islam. Setidaknya, ada dua kontrak yang bisa digunakan untuk sistem penjualan dropship; yaitu

⁵ An Nisa' : 29

⁶ Hadith *Muttafaqun Alaih*

- ***Istishna***

Akad *istishna*' ialah salah satu bentuk transaksi yang dibolehkan oleh para ulama' sejak dahulu kala, dan menjadi salah satu solusi islami tepat dalam dunia perniagaan di masa kini. Lafal *istishna*' berasal dari akar kata *shana'a* (صنع) (di tambah alif, sin, dan ta' menjadi *istishna'a* (استصنع) (yang sinonimnya , صنع أن طلب artinya: "meminta untuk dibuatkan sesuatu". Pengertian *istishna*' menurut istilah tidak jauh berbeda dengan menurut bahasa. *Istishna*' adalah jual beli barang atau jasa dalam bentuk pemesanan dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pihak pemesan dengan pihak penjual.⁷

Pada prinsipnya akad *istishna* hampir menyerupai akad salam yakni tergolong dalam *ba'i al'ma'dum*⁸ yakni jual beli tak berwujud. Namun ada beberapa perbedaan seperti pada barang, tempo waktu, sifatnya. Akad *Istishna*' ialah akad yang terjalin antara pemesan sebagai pihak 1 dengan seorang produsen suatu barang atau yang serupa sebagai pihak ke-2, agar pihak ke-2 membuatkan suatu barang sesuai yang diinginkan oleh pihak 1 dengan harga yang disepakati antara keduanya.

- ***Bai' salam***

Secara etimologis, *as-Salam* artinya memberi, atau memberi prioritas. Ini berarti mempercepat modal atau diutamakan, bisa juga Salaf (pengantar) atau istalafa: *iqtaradha* yang berarti: "berhutang".⁹ Sedangkan terminologi pada umumnya didefinisikan sebagai usaha untuk menukar nilai dengan barang tertentu yaitu masih dalam perlindungan pemiliknya dan akan diberikan nanti. Ini digunakan prinsip *bai* antara penjual dan pembeli dengan biaya pokok ditambah nilai keuntungan pada yang disepakati.

*Hai orang yang beriman, ketika kamu kontrak utang untuk jangka waktu tertentu, hendaklah menuliskannya.*¹⁰

⁷ Mardani, *Ayat-ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Jakarta: Raja grafindo, 2011, 199.

⁸ Taqi Usmani, *An Introduction to Islamic Finance*. (Creative Commons Attribution-No Derivative Works 3.0, 2015), 65.

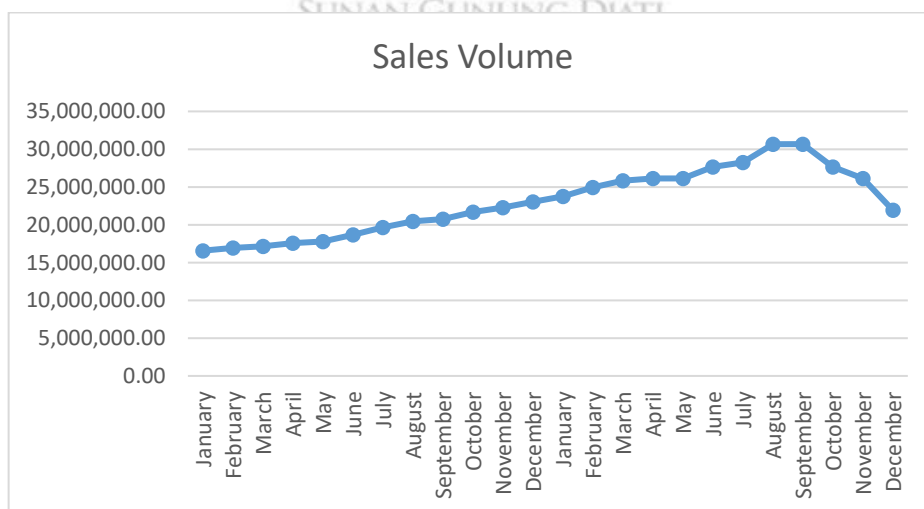
⁹ Abdul Rahman, *al-Jaziri, al-Fiqh „,alal Mazahibil arba" ah*, Beirut: Darul Fikri, 2003, 37

¹⁰ *Al-Baqarah*: 282

Ini adalah penjualan dan pembelian dengan uang tunai di muka secara tunai sementara barang dijamin akan dikirim kemudian. Pola sistem ini adalah ketika pembeli mengirim uang tunai ke toko online untuk produk yang ingin mereka beli, maka toko online untuk mencari barang ke pesanan pelanggan. Pembeli memesan dengan cara menyerahkan uang terlebih dahulu, sedangkan penjual mencari barang meski pada saat itu barang tersebut tidak ada di tangan penjual. Kemudian toko online membelinya, lalu barang dikirim ke pembeli tanpa diminta oleh pemilik toko online. Terkadang bisa jadi produser yang mengirimkannya langsung ke pembeli.

Alzyra adalah salah satu toko online yang menjual produk busana muslim. Toko tersebut berlokasi di Graha Panyileukan Asri, Ruko No. 7, Jl. Soekarno Hatta, Cipadung Kidul, Panyileukan, Kota Bandung, Jawa Barat 40614, Indonesia. Toko ini beroperasi sejak 2013. Sejak didirikan, Alzyra telah menggunakan metode dropship untuk platform media distribusi dan sosial sebagai media promosi. Setiap tahun, jumlah atau volume penjualan mengalami pergerakan yang tidak menentu. Bahkan tahun lalu, volume penjualan menurun.

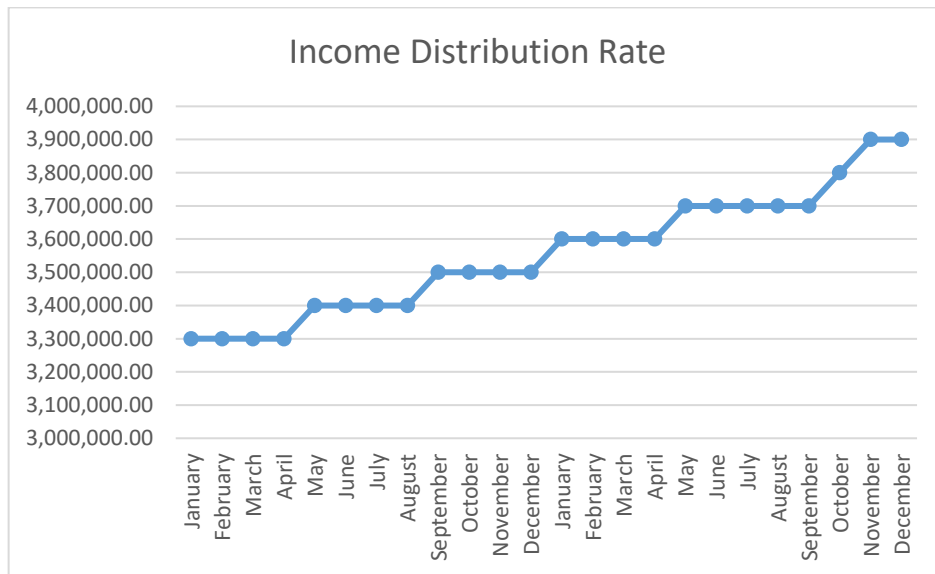
Graphic 1.1:
Data of Sales Volume of Alzyra Online Store¹¹



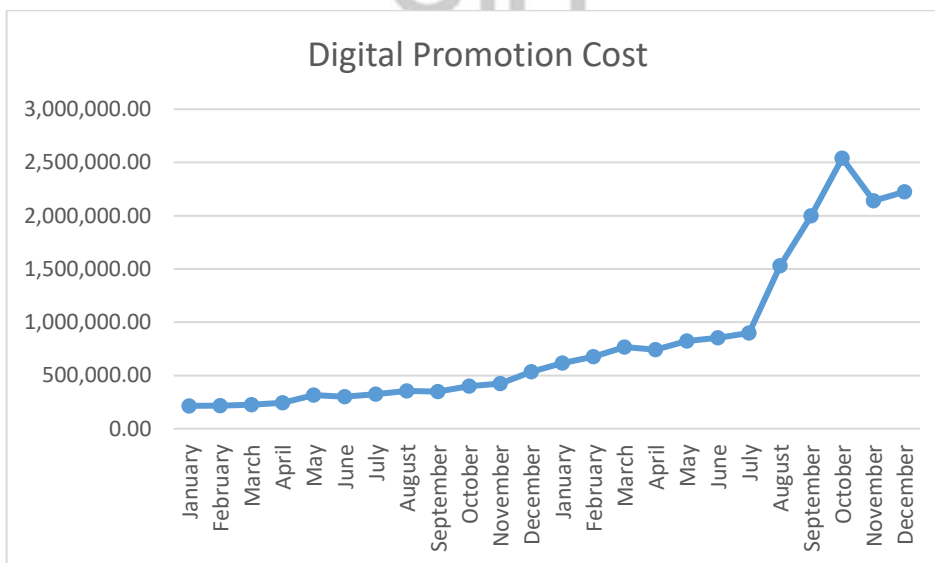
¹¹ Sales Volume Data, data diolah dari laporan keuangan Alzyra

Penurunan volume penjualan dalam bisnis adalah hal yang wajar. Namun, fenomena ini berbeda dengan kenaikan tingkat distribusi pendapatan dan juga dengan biaya promosi digital yang dapat dilihat pada grafik di bawah ini:

Grafik 1.2:
Tingkat Distribusi Pendapatan Alzyra Online Store¹²



Graphic 1.3:
Biaya Promosi Digital Alzyra Online Store¹³



¹² *Income Distribution Rate*, data diolah dari laporan keuangan Alzyra

¹³ *Digital Promotion Cost*, data diolah dari laporan keuangan Alzyra

Dari data penjualan di atas didapatkan bahwa data terakhir, volume penjualan mengalami penurunan terutama di akhir tahun 2016. Sedangkan tingkat distribusi pendapatan dan biaya promosi digital berada pada level tinggi. Selanjutnya, peneliti mencoba melakukan analisis terhadap fenomena tersebut untuk mendapatkan informasi yang tepat tentang dimana letak masalahnya. Peneliti menghubungkannya dengan bauran pemasaran, tepatnya 4 P¹⁴.

- **Product**

Produk adalah hal penting dalam bauran pemasaran yang harus responsif terhadap kebutuhan target pasar yang diinginkan. Suatu produk dapat berwujud dalam bentuk barang atau jasa. Alzyra menjual produk yang relevan, mudah diakses, dan terjangkau ke pasar mereka. Produk busana muslim yang dijual memiliki kualitas yang cukup bagus seperti yang dijual oleh banyak penjual lainnya. Peneliti menyimpulkan bahwa produk tersebut tidak dapat memberikan dampak terhadap volume penjualan.

- **Price**

Harga adalah salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran. Harga jual produk muslim di Alzyra dijual dengan harga yang sangat terjangkau. Itu karena target pasarnya adalah kelas menengah kebawah. Alzyra hanya mengambil keuntungan Rp 25.000 - Rp 50000 per pcs. Alzyra mengambil untung yang terlalu besar padahal posisinya hanya sebagai dropshiper. Peneliti menduga hal itu memberik masalah pada volume penjualan.

- **Place**

Tempat dalam bauran pemasaran adalah proses memindahkan produk dari produsen ke pengguna yang dituju. Distribusi dapat didefinisikan sebagai kegiatan dan proses yang diperlukan untuk memindahkan produk dari produsen ke konsumen. Ada dua jenis saluran distribusi distribusi langsung dan tidak langsung. Salah satu yang digunakan oleh Alzyra adalah distribusi tidak langsung dengan sistem penjualan dropship. Namun pada saluran distribusi, tidak ada masalah karena berjalan seperti biasa.

¹⁴ J. E McCarthy. *Basic Marketing. A Managerial Approach*. (Homewood: Irwin, 1968), 123.

- **Promotion**

Promosi adalah bagian penting dalam pemasaran. Salah satu media promosi yang populer saat ini adalah dengan media internet. Saat ini ada banyak situs jejaring sosial seperti Facebook yang bisa menjangkau khalayak yang sangat luas. Ini bisa menjadi media yang baik untuk memasang iklan melalui mereka dapat menyebabkan lebih banyak pelanggan. Namun, dalam periklanan media sosial, iklan berbayar diharuskan untuk iklan seperti mendapatkan trafik. Alzyra juga menggunakan iklan media sosial dengan metode gratis dan berbayar sebagai bagian dari strategi promosi penjualan mereka. Pemasaran di media digital atau internet, akan membutuhkan lebih banyak keterampilan atau uang sebagai biaya promosi. Alzyra punya skill bagus untuk itu, tapi kenapa penurunan volume penjualan itu terjadi?

Dari penjelasan 4 P atas diatas, maka dapat dilihat bahwa produk dan distribusi tidak begitu berpengaruh terhadap volume penjualan. Meski ada dua poin penting yang diduga akan menjadi masalah penurunan volume penjualan produk busana muslim di toko Alzyra. Oleh karena itu, peneliti akan mengambil fokus penelitian dengan melakukan pengamatan terhadap *Pengaruh Tingkat distribusi pendapatan dan Biaya Promosi Digital terhadap Volume Penjualan Produk Busana Muslim (Studi pada Toko Online dengan Sistem Penjualan Berbasis Dropship)*

B. Rumusan Masalah

1. Pernyataan Masalah

Dari latar belakang penelitian di atas dapat ditransformasikan menjadi sebuah pernyataan masalah; Ini adalah tentang implementasi dan hasil optimal dari tingkat distribusi pendapatan dan biaya promosi digital terhadap pertumbuhan volume penjualan produk pakaian muslim di toko online alzyra.

2. Pertanyaan Penelitian

Untuk membuat batasan lingkup penelitian dan identifikasi sesuai dengan permasalahan tersebut, maka dapat dirumuskan menjadi beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh tingkat distribusi pendapatan terhadap volume penjualan produk pakaian muslim di Alzyra Online Store?
2. Bagaimana pengaruh biaya promosi digital terhadap volume penjualan produk busana muslim di Alzyra Online Store?
3. Bagaimana pengaruh tingkat distribusi pendapatan dan biaya promosi digital terhadap volume penjualan produk busana muslim di Alzyra Online Store secara simultan?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menyesuaikan isi tujuan berdasarkan rumusan masalah di atas. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh tingkat distribusi pendapatan terhadap volume penjualan produk pakaian muslim di toko online Alzyra.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh biaya promosi digital terhadap volume penjualan produk busana muslim di toko online Alzyra.
3. Untuk menganalisis dan menguji efektivitas tingkat distribusi pendapatan dan biaya promosi digital terhadap volume penjualan produk busana muslim di toko online Alzyra secara bersamaan..

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki beberapa kegunaan, baik secara akademis maupun praktis:

1. Akademis

Secara akademik, penelitian ini diharapkan bisa memberikan referensi ilmiah tentang riset pemasaran digital yang keberadaannya masih sangat minim. Ada banyak tema atau topik tentang internet marketing yang bisa

dipelajari secara akademis. Selain itu, ada beberapa masalah yang terjadi di lapangan memang, semoga hasil penelitian ini bisa menjadi bahan pengembangan studi sejenis lainnya di lain waktu.

2. Praktis

Maka, praktis, penelitian ini akan berguna bagi praktisi internet marketing dalam proses penjualannya. Dalam mengangkut sistem dropship serta promosi dengan menggunakan promosi media digital memerlukan konsep desain khusus agar bisa memberikan hasil yang optimal. Semoga hasil dari hasil tersebut bisa membantu mereka mengatur strategi penjualan berjualan melalui internet

F. Kerangka Pemikiran

Untuk membuat studi terperinci dan sesuai dengan peraturan, maka perlu dibuat kerangka konseptual. Kerangka kerja ini akan memandu bagaimana penelitian akan diadakan dengan konsep pemikiran ilmiah yang benar. Untuk menjelaskan masalah penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teori yang berhubungan langsung dengan masing-masing variabel, yaitu

1. Tingkat distribusi pendapatan: Dalam dunia pemasaran, harga memiliki peranan yang sangat penting sekali. Bahkan harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja.¹⁵ Meski harga merupakan persoalan penting, akan tetapi masih banyak penjual termasuk perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan tersebut. Secara teoritis harga bisa menghasilkan penerimaan penjualan, dengan kata lain bisa dikatakan jika harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *market share* yang dapat dicapai oleh perusahaan. Oleh karena itu, memahami ini, faktor yang menentukan harga dan tingkat distribusi pendapatan menjadi bagian penting untuk dipahami.

¹⁵ Azmiani Batubara, *Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines*, Jurnal Ilman, Vol. 4, No. 1, pp. 33-46, Februari 2016, ISSN 2355-1488, 36

Definisi harga menurut Philip Kotler adalah: “price is the amount of money charged for a product or service. More broadly, price is the sum of all the value that consumers exchange for the benefits of having or using the product or service”.¹⁶ Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh produk yang diinginkan. Dalam pengertian yang lebih luas, harga merupakan sejumlah pengorbanan yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Kemudian juga ada definisi lain bahwa “Price is the amount of money and or goods needed to acquire some combination of another goods and its accompanying services”.¹⁷ Adapun arti dari definisi itu adalah bahwa harga adalah sejumlah uang dan atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang yang lain yang disertai dengan pemberian jasa.

Harga merupakan elemen dari bauran pemasaran atau marketing mix yang bersifat fleksibel. Pada suatu saat, harga tersebut bisa stabil akan tetapi dalam seketika harga juga dapat juga meningkat atau menurun. Karenanya munculah istilah tingkat distribusi pendapatan. Dalam bahasa Inggris “A price level is the average of current prices across the entire spectrum of goods and services produced in the economy. In a more general sense, price level refers to any static picture of the price of a given good, service, or tradable security.”¹⁸ Bisa diartikan jika tingkat distribusi pendapatan adalah rata-rata harga saat ini di seluruh spektrum barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian. Dalam arti yang lebih umum, tingkat distribusi pendapatan mengacu pada gambaran statis apa pun dari harga suatu barang, jasa, yang diperdagangkan.

Dalam penelitian ini, tingkat distribusi pendapatan ini diduga memberikan pengaruh pada volume penjualan sesuai dengan teori dan juga data yang ditunjukkan. Maka dari itu untuk membuktikannya dibutuhkan analisa statistik pada data yang ada dalam laporan keuangan sebagaimana disusun dalam sumber data pada penelitian yang akan dijalankan ini.

¹⁶ Philip Kotler. & Keller, K. L. *Marketing Management, terj Manajemen Pemasaran: Analisis perencanaan dan pengandalain*, Jakarta: Erlangga, 2005, 134

¹⁷ William J Stanton, *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa: Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta, 2012, 34

¹⁸ pengertian price level / tingkat distribusi pendapatan dari *investopedia*

2. Promosi Digital: Promosi adalah istilah yang sering digunakan dalam pemasaran dan merupakan salah satu elemen bauran pasar. Ini mengacu pada peningkatan kesadaran pelanggan akan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek.¹⁹ Promosi berfokus pada bagaimana menarik perhatian konsumen dan memotivasi mereka untuk mengambil tindakan atau melakukan pembelian. Beberapa ahli mengatakan bahwa promosi merupakan ujung tombak dalam kegiatan pemasaran. Artinya marketing bisa dikatakan gagal jika proses promosi tidak sesuai dengan seharusnya. Agaknya penting untuk merancang proses promosi mulai dari pemilihan media, alat promosi dan lain-lain.

Munculnya Internet telah mengubah banyak hal termasuk sistem dan pola pemasaran. Hal ini disebabkan perubahan pasar yang awalnya bersifat konvensional menjadi online. Ini kemudian melahirkan teori pemasaran baru yang biasa disebut sebagai pemasaran digital atau internet. Terlepas dari ukurannya, mayoritas bisnis saat ini mempraktikkan pemasaran Internet. Apa itu? "Ini adalah proses mempromosikan merek, produk atau layanan melalui Internet. Lingkupnya yang luas mencakup pemasaran email, manajemen hubungan pelanggan elektronik dan aktivitas promosi yang dilakukan melalui media nirkabel."²⁰

Ada beberapa jenis pemasaran internet seperti pemasaran afiliasi, pemasaran mesin telusur, pemasaran media sosial, pemasaran inbound, pemasaran email dan lainnya. Alzyra menjadi salah satu toko online yang menggunakan metode internet marketing dalam promosi khususnya jenis pemasaran search engine dan social media marketing. Keduanya dilakukan dengan menggunakan teknik lalu lintas organik dan juga berbayar. Dalam menjalankan proses kedua metode promosi tersebut, tentunya dibutuhkan biaya yang terjangkau; Maka dapat menjadi variabel khusus pada penelitian yang disebut 'digital promotion cost'. Pemasaran merupakan ujung tombak sebuah organisasi baik keuntungan maupun nirlaba, namun sayang masih ada kelalaian etika, sehingga pelanggan biasanya menjadi korban.

¹⁹ J. E, McCarthy, *Basic Marketing. A Managerial Approach*, 769

²⁰ Jen Williams. (2012) <https://www.searchenginejournal.com/what-is-internet-marketing/56213/> accessed on august, 03, 2017, at 19:28

Islam tidak membatasi aktivitas *muamallah* karena semuanya diperbolehkan termasuk kegiatan pemasaran internet asalkan tidak ada larangan. Entah itu pemasaran internet atau apapun, Islam hanya menegaskan bahwa pelaku (pemasar) tidak hanya fokus pada produk tapi juga pada nilai kegunaan produk. Menurut Syakir Sula, ada empat hal yang harus dipenuhi dalam pemasaran syariah. Itulah tingkat kepercayaan yang tinggi (Rabbaniyah), moral yang baik (etis), realistis, dan kemanusiaan manusiawi (humanis). Kejujuran adalah hal utama yang harus dipegang oleh para pelaku pemasaran.

وَنَلِّ لِلْمُطَلِّقِينَ الدِّينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وُزِّلُوهُمْ يُخْسِرُونَ

*“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”*²¹

3. Sales Volume: Volume Penjualan: Penjualan dapat didefinisikan sebagai proses menjual sesuatu seperti produk, gagasan, atau layanan. Ini juga mencakup jumlah barang atau jasa yang dijual pada suatu titik waktu tertentu. Sementara itu, volume penjualan adalah penjualan bersih laba perusahaan.²² Hasil penjualan bersih diperoleh melalui penjualan semua produk (lini produk) untuk periode tertentu dan hasilnya mencapai penjualan pangsa pasar, yang merupakan penjualan potensial yang dapat terdiri dari Kelompok pembeli untuk jangka waktu tertentu.

Volume penjualan merupakan ukuran aktivitas perusahaan terkait kapasitas dalam hal uang atau unit produk dimana manajemen akan berusaha mempertahankan volume penggunaan kapasitas yang ada sebaik-baiknya.²³ Ada beberapa indikator dari volume penjualan²⁴, (1) Mencapai volume penjualan, (2) keuntungan, dan (3) mendukung pertumbuhan perusahaan. Sementara untuk data volume penjualan diambil dari data keuangan Alzyra 2015-2016.

²¹ *Al-Muthaffifin: 83*

²² Basu Swastha. 2009. *Azas-Azas Marketing*. (Publisher: Liberty. Yogyakarta, 2009), 105.

²³ Basu Swastha dan Irawan, *Srategi Pemasaran Modern*, (Yogyakarta, Liberty, 2008), 35.

²⁴ Philip Kotler. & Keller, K. L, 125.

Volume penjualan dalam Islam adalah hasil dari semua upaya pemasaran ditambah dengan tentang etika pemasaran. Penerapan etika bisnis Islam itu penting karena berbisnis dengan menggunakan etika bisnis syariah yang benar akan meningkatkan volume penjualan.²⁵ Dengan penerapan etika syariah dalam perdagangan seperti bersikap jujur, tidak melakukan sumpah palsu, keramahan, tidak mempraktekkan riba, kesadaran sosial terhadap Membantu orang lain, dan pemasar lainnya akan mendapatkan keuntungan lebih. Ini akan memberi kepercayaan pembeli kepada penjual sehingga akan jadi pembeli setia. Hasilnya, volume penjualan merchant pada produk atau jasa akan meningkat. Namun, akan ditentukan berapa banyak usaha yang dilakukan. Sesuai dengan ayat berikut ini:

وَأَنْ لَيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى

*“Dan bahwa tidak ada manusia kecuali bahwa [yang baik] yang diusahakannya”*²⁶

Ketiga konsep di atas meliputi tingkat distribusi pendapatan, promosi digital dan volume penjualan memiliki hubungan yang sangat erat. Ada hubungan antara tingkat distribusi pendapatan dan promosi digital secara fungsional. Keduanya adalah bagian dari bauran pemasaran yang diduga sebagai masalah dalam penelitian ini. Saat ini ada banyak perusahaan yang menggunakan internet untuk promosi termasuk toko online Alzyra. Penggunaan internet memiliki sasaran dan jangkauan pasar yang luas. Semakin besar target pasar, semakin besar potensi peningkatan volume penjualan. Namun untuk mendapatkan target pasar yang lebih luas, diperlukan lebih banyak biaya promosi. Lalu, penting juga untuk menganalisa bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan.

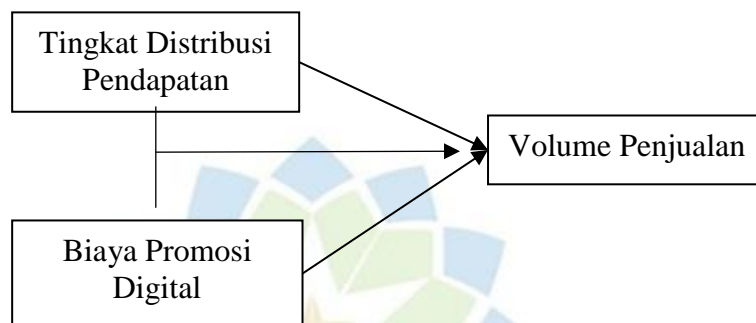
Volume penjualan merupakan bagian dari konversi promosi dalam penjualan. Promosi dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan konversi penjualan, yang selanjutnya menjadi target utama adalah keuntungan. Ada banyak indikator konversi penjualan salah satunya adalah volume penjualan. Hal ini diduga dipengaruhi oleh biaya promosi dan juga efektivitas sistem dopship.

²⁵ Mustofa. *Hubungan Antara Etika Bisnis Islam terhadap Volume Penjualan*. Link URL: <http://bit.ly/2vwgXKx> accessed on August, 03 2017, 08:42

²⁶ *An-Najm*: 39

Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis pengaruh tingkat distribusi pendapatan dan biaya promosi terhadap pertumbuhan volume penjualan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui efeknya secara parsial atau simultan. Dari konsep di atas, maka dapat ditarik ke dalam definisi variabel untuk kebutuhan penelitian. Secara ilustratif, hubungan masing-masing dapat digambarkan dalam kerangka berikut:

Diagram 1.2
Skema Variabel Penelitian



G. Hipotesis

Hipotesis tersebut merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan bersifat sementara, karena jawaban baru diberikan berdasarkan teori yang relevan, tidak berdasarkan fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Sifat sementara hipotesis kerja menjadikannya berguna sebagai alat pengorganisasian dalam penelitian terapan.²⁷ Sesuai dengan kerangka konseptual di atas, dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Ada pengaruh yang signifikan dari tingkat distribusi pendapatan terhadap pertumbuhan volume penjualan produk pakaian muslim di toko online Alzyra dalam periode bulanan 2015-2016.
2. Ada pengaruh yang signifikan dari biaya promosi digital terhadap pertumbuhan volume penjualan produk pakaian muslim di toko online Alzyra dalam periode bulanan 2015-2016.

²⁷ Patricia M. Shields and Nandhini Rangarajan. *A Playbook for Research Methods: Integrating Conceptual Frameworks and Project Management*. (Stillwater: New Forums Press, 2013), 109.

3. Ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara tingkat distribusi pendapatan dan biaya promosi digital terhadap pertumbuhan volume penjualan produk pakaian muslim di toko online Alzyra dalam periode bulanan 2015-2016.

Dari hipotesis tersebut, dapat ditarik ke dalam bentuk statistik - untuk mempermudah dalam memeriksa data - sebagai berikut

$$\begin{array}{l} H_0 : \rho = 0 \\ H_a : \rho \neq 0 \end{array}$$

H_0 : Tidak ada pengaruh tingkat distribusi pendapatan dan biaya promosi digital terhadap pertumbuhan volume penjualan.

H_a : Ada pengaruh tingkat distribusi pendapatan dan biaya promosi digital terhadap pertumbuhan volume penjualan.

ρ : Nilai korelasi dalam rumusan hipotesis.

