

**ANALISIS STRATEGI PENJUALAN KAYU  
PERUSAHAAN KAYU PT GUNUNG GAJAH  
ABADI DALAM PERSPEKTIF  
EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta  
Kutai Timur Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E)**



**Oleh:**

**FEBRIANA PUTRI KUMALA SARI**  
**NIM : 20.2.21.027**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH ( ES )  
JURUSAN SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA  
KUTAI TIMUR  
2024**



**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA KUTAI TIMUR  
JURUSAN TARBİYAH**

Alamat: Jln. Soekarno Hatta Sangatta Utara, Kutai Timur, 75611

Website: <https://www.staiskutim.ac.id>, Email: [admin@staiskutim.ac.id](mailto:admin@staiskutim.ac.id)

HP/WA: 081-159-6662

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah kami mengadakan dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara/i

Nama : Febriana Putri Kumala Sari

NIM : 20.2.21.027

Jurusan : Syariah

Prodi : Ekonimi Syariah (ES)

Judul : Analisis Strategi Penjualan Kayu Di Perusahaan Kayu PT Gunung Gajah Abadi Dalam Persepektif Ekonomi Syari'ah

Dengan ini kami mohon agar naskah skripsi tersebut dapat dimunaqosahkan.

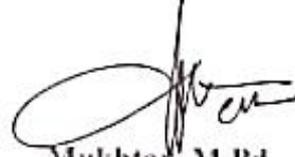
Demikian harap menjadi maklum

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pembimbing I

Sangatta, Mei 2024  
Pembimbing II

  
Mustatho', M.Pd

  
Mukhtar, M.Pd

  
Mengetahui,  
Ketua Jurusan Syariah  
Achmad Alruddin, M.S.I



**Yayasan Perguruan Tinggi Agama Islam Sangatta (YPSTAIS) Kutai Timur  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA KUTAI TIMUR  
TERAKREDITASI B**

Berdasarkan SK BAN PT nomor: 349/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/VI/2020 Tanggal 13 Juni 2020  
Alamat: Jalan Soekarno Hatta, Kec. Sangatta Utara Kutai Timur, 75611 Telp. 0811596662  
Website: <http://www.staiskutim.ac.id> E-mail: [admin@staiskutim.ac.id](mailto:admin@staiskutim.ac.id)

**PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Analisis Strategi Penjualan Kayu Di Perusahaan Kayu PT Gunung Gajah Abadi Dalam Persepektif Ekonomi Syariah

Nama : Febriana Putri Kumala Sari

NIM : 20.2.21.027

Jurusan/Prodi : Syariah/Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan di depan Tim Penguji Jurusan Tarbiyah Program Studi Pendidikan Agama Islam Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur pada tanggal **08 Juni 2024**, dinyatakan **LULUS** dengan predikat **SANGAT MEMUASKAN**, dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

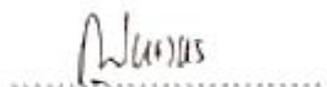
**Tim Sidang**

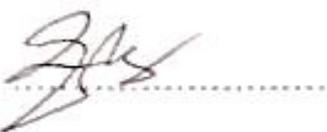
1. H. Zanuar Anwari LC, M.S.I  
Ketua Sidang
2. Jamilah MM  
Sekretaris Sidang
3. Prof. Dr. Bambang Iswanto, M. H  
Penguji Utama
4. Abdurrahin Yunus Dea  
Penguji I
5. H. Zanuar Anwari LC, M.S.I  
Penguji II

**Tanda Tangan**

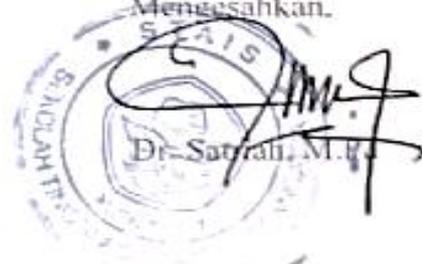
  
.....

  
.....

  
.....

  
.....

Sangatta, 8 Juni 2024  
Mengesahkan.

  
Dr. Satralli, M. H.

## PERNYATAAN

Nama : Febriana Putri Kumala sari  
NIM : 20.02.21.027  
Jurusan : Syari'ah  
Prodi : Ekonomi Syari'ah  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Penjualan Kayu Di Perusahaan Kayu PT Gunung Gajah Abadi Dalam Persepektif Ekonomi Syari'ah

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini bukanlah karya dan buah pikiran yang sudah (pernah) ditulis / diterbitkan oleh orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan dalam penelitian ini.

Sangatta, 11 Mei  
2024  
Yang  
Menyatakan



METERAI  
TEMPEL  
12ALX165267926

Febriana Putri

## MOTTO

"Percayalah pada diri sendiri karena keyakinan adalah awal dari segala pencapaian. Hadapi segala tantangan dan keraguan dengan percaya diri, tetap semangat dan selalu mensyukuri setiap pencapaian, besar maupun kecil. Rasa syukur membuat hati tetap rendah hati dan pikiran tetap positif. Syukuri setiap kesempatan, setiap pelajaran, dan setiap pribadi yang berperan dalam perjalanan hidup kita. Dengan keyakinan, kerja keras, dan rasa syukur, kita dapat menemukan kekuatan untuk maju, apa pun rintangan yang menghadang, dan menjalani kehidupan yang bermakna dan memuaskan.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur peneliti sampaikan kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan tepat waktu. Shalawat dan salam tidak lupa dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang.

Suatu kebanggaan tersendiri, jika suatu tugas dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Bagi penulis, penyusunan skripsi merupakan tugas yang tidak ringan. Peneliti sadar banyak hambatan yang menghadang dalam proses penyusunan skripsi ini, dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis sendiri. Kalaupun akhirnya skripsi ini terselesaikan, tentunya karena beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih serta ucapan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memanjatkan doa dan memberi semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Satriah, M.Pd. selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur.
3. Bapak Achmad Fahrudin, M.S.I selaku Ketua Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai Timur yang telah mempermudah proses penelitian yang dilakukan peneliti.

4. Bapak Firdaus, M.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur yang berkenan mempermudah proses terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Mustatho', M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Mukhtar, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu dan tenaganya untuk membimbing, sehingga dengan kesabaran penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen STAI Sangatta Kutai Timur yang telah memberikan bimbingan dan ilmunya kepada peneliti selama menempuh perkuliahan.
7. Bapak Dr.H.Ernata Hadi Sujito, S.Sos., M.Si selaku Kepala Dinas Sosial Kutai Timur dan Bapak Dr. Budi Mulia, M.Si selaku Kepala Bidang Penanganan Fakir Miskin Dinas Sosial Kutai Timur yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian di Dinas Sosial Kutai Timur.
8. Sahabat seperjuangan Ekonomi Syariah Reguler Pagi dan seluruh angkatan 2020, selalu mendukung dan menjadi inspirasi bagi penulis untuk dapat bersemangat dalam kegiatan perkuliahan khususnya dalam penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah berjasa membantu baik secara moral maupun materi dalam penyelesaian skripsi.

Atas jasa-jasa mereka, penulis hanya dapat memohon doa semoga amal mereka diterima di sisi Allah SWT. Dan mendapat balasan yang lebih baik serta mendapatkan kesuksesan baik itu di dunia maupun di akhirat kelak.

Peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Mengingat keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti, oleh karena itu dengan hati yang tulus, ikhlas serta penuh keterbatasan peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan dan kesempurnaan di masa mendatang.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Sangatta, 04 Mei 2024  
Penulis,

**Febriana**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	xviii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Penegasan Istilah .....	8
C. Rumusan Masalah.....	12
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
E. Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	15
A. Deskripsi Teori .....	15
1. Strategi Penjualan .....	15
2. Perspektif Ekonomi Syariah .....	29
B. Telaah Pustaka .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	39
A. Jenis Pendekatan dan Penelitian .....	39
B. Waktu Dan Tempat Penelitian .....	40
C. Sumber Data.....	40
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Teknik Analisa Data.....	44

F. Uji Keabsahan Data .....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
1. Usaha Penjualan Di Bidang Kayu.....	51
2. Profil Perusahaan PT Kayu Gunung Gajah Abadi.....	52
3. Struktur Organisasi.....	55
4. Deskripsi Kerja.....	55
B. Deskripsi Data Penelitian.....	59
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
D. Keterbatasan Hasil Penelitian .....	79
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
BIODATA PENELITI	

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi dalam skripsi ini mengacu pada SKB Menteri Agama dan Menteri P dan K Republik Indonesia No. 158/1987 dan No.0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988 sebagai berikut:

Konsonan Tunggal

Konsonan Huruf Arab	Huruf Latin
ا	Ā/ā (untuk fathah panjang)
ي	Ī/ī (untuk kasroh panjang)
و	Ū/ū (untuk dommah panjang)
ث	Ṣ/ṣ
ح	Ḥ/ḥ
خ	Kh
د	D/d
ذ	Ḍ/ḍ
ز	Z/z
س	S/s
ش	Sy
ص	Ṣ/ṣ
ض	Ḍ/ḍ

ط	T/t
ظ	Z/z
ع	,
غ	G
ه	H/h
ء	,

### 1. *Maddah*

*Maddah* atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf/transliterasinya berupa huruf dan tanda, contoh:

قَالَ dibaca qala

قِيلَ dibaca qila

يَقُولُ dibaca yaqulu

### 2. *Ta Marbutah*

Transliterasinya menggunakan:

- a. *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya h.

Contoh: طَلْحَةَ dibaca Talhah

- b. Pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditrasliterasikan dengan h.

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ dibaca raudah al-athfal

### 3. Kata Sandang

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

a. Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الرَّحِيمُ dibaca ar-Rahimu

b. Kata sandang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya.

Contoh: الْمَلِكُ dibaca al-Maliku

### 4. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *huruf*, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain. Karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh: مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا      dibaca Manistata'a ilaihi sabila

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian terdahulu .....	32
--	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1	Teknik analisis data kualitatif Miles & Huberman	47
Gambar 2	Struktur Organisasi Perusahaan PT Kayu Gunung Gajah Abadi Kalimantan Timur	55

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I	Pedoman Wawancara
Lampiran II	Dokumentasi
Lampiran III	Lembar Bimbingan Skripsi
Lampiran I V	Surat Izin Penelitian
Lampiran V	Surat Keterangan telah melaksanakan Penelitian
Lampiran VI	Biodata Penelitian

## DAFTAR SINGKATAN

SINGKATAN	KEPANJANGAN
SWT.	Subhanahu wa Ta'ala
SAW.	Shallallahu 'alaihi wa sallam
QS.	Al-Qur'an surah
h.	Halaman
HTML.	Hyper Text Markup Language
WWW.	World Wide Web
RP.	Rupiah

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Penjualan merupakan bagian penting dalam menjalankan sebuah bisnis, meskipun itu adalah perusahaan besar dan perusahaan kecil. Keputusan perusahaan menentukan strategi penjualan dan saluran distribusi yang digunakan. Memastikan kelancaran proses penjualan sehingga menguntungkan perusahaan dan pihak saluran penjualan. Strategi penjualan atau pemasaran adalah pemilihan tujuan yang menentukan posisi kompetitif dan struktur transaksi penjualan. Ditinjau dari strategi pelaksanaannya, penjualan atau pemasaran di supermarket dibedakan menjadi beberapa jenis: Strategi produk, Strategi penetapan harga, Strategi distribusi, Strategi promosi.<sup>1</sup>

Sesuai prinsip syariah, kegiatan penjualan harus didasari oleh ibadah kepada Allah SWT, berusaha semaksimal mungkin untuk kemaslahatan bersama dan bukan untuk kemaslahatan kolektif apalagi kemaslahatan sendiri. Dalam urusan Islam, kaidah Fiqh mengatur bahwa mereka terikat pada perjanjian bisnis yang mereka buat, kecuali perjanjian yang melarang yang halal atau membolehkan yang haram. Pemasaran Syariah artinya seluruh

---

<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*, 6.3 (2018), 1748–57.

proses penciptaan, pemberian atau perubahan nilai tidak boleh bertentangan dengan akad Islam dan prinsip Muamalah.

Strategi penjualan khususnya Anonim, menurut para ahli kegiatan jual beli tidak mempunyai dasar hukum, dasar syariah atau peraturan, peraturan dalam semua kasus dimana kegiatan dilakukan. Awalnya masyarakat beranggapan bahwa strategi penjualan secara umum tidak memberikan dampak negatif yang merugikan bagi pihak manapun yang terlibat dalam transaksi tersebut. Jika dicermati penjualan secara umum, maka menambah nilai terhadap pendapatan tenaga penjual karena penjual akan menjual produknya dengan keuntungan sebesar antara selisih harga asli dan penjualan.<sup>2</sup>

Menurut ajaran Islam, kegiatan jual beli harus dilandasi oleh nilai-nilai Islam yang dijiwai dengan semangat beribadah kepada Allah SWT dan berjuang untuk sebesar-besarnya kesejahteraan bersama. Pemasaran sering kali dipahami sebagai penjualan, namun kenyataannya tidak sama. Lebih dari berbagai bentuk penjualan, penjualan merupakan bagian dari kegiatan pemasaran. Pemasaran bukan sekadar fungsi bisnis. Pemasaran bekerja dengan pelanggan. Singkatnya, pemasaran mengelola hubungan pelanggan dan mencari kepercayaan dan keuntungan bersama.<sup>3</sup> Pemasaran tidak hanya mencakup penjualan barang dan jasa, tetapi juga berbagai kegiatan. Kegiatan

---

<sup>2</sup> Octaviana Trivita, M Mahdi Mawahib, and Abdullah Taufik, 'Analisis Strategi Penjualan Barang Komoditas Di Swalayan Surya Gondang Perspektif Hukum Ekonomi Syariah', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2019), 1689–99.

<sup>3</sup> Tjiptono and Fandy, 'Strategi Pemasaran', *Yogyakarta: Andi.*, 2015.

lain seperti riset perilaku konsumen, riset pasar potensial, pengembangan dan pemasaran produk baru, distribusi dan promosi produk yang dijual sangat kompleks.

Dalam suatu perusahaan, strategi merupakan sebuah proses yang memegang peranan penting bagi bisnis yang menjual barang dan jasa kepada konsumen karena setiap perusahaan mempunyai kesempatan yang sama untuk berproduksi. Produk dan layanan. Oleh karena itu, persaingan dapat terjadi antar Perusahaan. Strategi pemasaran mengenai peran pesaing dan karyawan yang ada dalam menaklukkan pasar. Hal ini juga mempengaruhi pertumbuhan volume penjualan. Perusahaan dapat meningkatkan motivasi karyawan melalui insentif. Agar para karyawan tersebut dapat lebih aktif dalam memasarkan produknya perusahaan.<sup>4</sup>

Harga dari penjualan sewaktu-waktu dapat berubah atau ditambah dengan harga pasar. Dalam beberapa tahun terakhir, perdagangan kayu atau *e-commerce* telah mengalami pertumbuhan yang signifikan di seluruh dunia. Banyak perusahaan ritel menggunakan platform *e-commerce* untuk menjual produknya kepada pelanggan di berbagai negara. Dalam konteks ini, pemahaman yang baik tentang data penjualan dan tren pasar global sangat penting untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan kinerja bisnis. Saat beroperasi di pasar global, perusahaan ritel seringkali

---

<sup>4</sup> Zaenal Fanani, Satrijo Budiwibowo, and Juli Murwani, 'HUBUNGAN STRATEGI PEMASARAN KAYU JATI TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA KANTOR KOMERSIAL KAYU WILAYAH MADIUN', 450.September (2017), h.450–60.

menghadapi kompleksitas data penjualan. Data tersebut dapat mencakup informasi seperti penjualan harian, penjualan berdasarkan kategori produk, wilayah geografis, atau waktu, dan dapat juga melibatkan data pelanggan. Visualisasi data yang efektif dapat membantu lebih memahami tren penjualan global, mengidentifikasi peluang bisnis, dan mengoptimalkan strategi pemasaran dan inventaris produk.<sup>5</sup>

Strategi penjualan yang umum terjadi di masyarakat sehari-hari dimana jual beli lebih dikenal karena perdagangan terjadi antara penjual dan pembeli dalam satu lokasi yang sama. Pelaku usaha dapat berupaya untuk memenangkan persaingan dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Kemampuan memahami dan mampu memuaskan kebutuhan konsumen akan mampu memberikan masukan kepada perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang menciptakan kepuasan konsumen serta mampu bertahan dan bersaing di pasar. Strategi pemasaran diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan, dan perusahaan harus mampu menetapkan harga barang dan produk yang tepat diberikan kepada konsumen.<sup>6</sup>

Sepanjang hal tersebut dapat dijamin dan segala bentuk transaksi niaga diperbolehkan sepanjang tidak terdapat penyimpangan terhadap

---

<sup>5</sup> Salmah Nur Zahra and Pradita Eko Prasetyo Utomo, 'Perspektif E', *Jurnal Nasional Ilmu Komputer*, 4.3 (2023), 12–21 (p. 14) <<https://doi.org/10.47747/jurnalnik.v4i3.1217>>.h.100

<sup>6</sup> Calvin Chiu, 'Analisis Strategi Soar Pt. Xyz Dalam Meningkatkan Penjualan Bahan Baku Kimia Untuk Industri Tekstil, Kayu, Pakaian Dan Deterjen', *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2.2 (2019), h.120–27

prinsip-prinsip Muamalah Islam dalam perdagangan atau kegiatan, maka segala bentuk transaksi niaga diperbolehkan. Dalam persaingan bisnis, perusahaan harus mampu menghasilkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang ramah, cepat, namun berkualitas. Hal ini wajib dilakukan karena jika pelanggan tidak puas maka mereka akan berpindah ke pesaing dan hal ini akan berdampak pada penurunan penjualan. Pada masa transisi perubahan akibat bencana global yaitu pandemic penyakit virus corona (Covid-19), sektor perekonomian mempunyai risiko yang tinggi terkait dengan penjualan barang/jasa dalam bentuk apapun. jadi Hal ini tidak benar Tidak jarang banyak perusahaan yang terhenti atau bangkrut karena ketidakmampuan nya menerapkan strategi bisnis yang optimal di masa pascapandemi.<sup>7</sup>

Perkembangan ekonomi akan ditandai dengan bertambahnya perusahaan-perusahaan yang memberikan dampak signifikan terhadap masyarakat. Dengan semakin berkembangnya dunia usaha, persaingan antar perusahaan semakin ketat. Karena beragamnya produk yang ada di pasaran, merupakan salah satu jenis persaingan bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar. Pelaku bisnis perlu memahami perilaku konsumen agar dapat berupaya meraih pangsa pasar dan mempertahankan konsumen.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Ilham Chanra Putra, 'Peningkatan Volume Penjualan Melalui Strategi Distribusi Ekonomi Syariah', *Islamic Business and Finance (IBF)*, 4.1 (2023),h. 51–67.

<sup>8</sup> Nicholas Bloom and John Van Reenen, '1177 P-ISSN: 2962-4738 e-ISSN: 2962-4584 Vol. 2 No. 5 Mei 2023 TINJAUAN YURIDIS MENGENAI TANGGUNG JAWAB PRODUSEN DAN PENJUAL CLOTHING LINE TERHADAP KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERDATA Muhammad Sabrisa Khartanta Ginting Suka, Weny Almoravid Dunga, Dol', *NBER Working Papers*, 2.5 (2013), h.89

Perusahaan kayu adalah bisnis yang bergerak di bidang pengolahan dan perdagangan kayu. Biasanya, perusahaan-perusahaan ini memproduksi berbagai macam produk kayu seperti mebel, bahan bangunan, dan barang-barang kerajinan. Perusahaan kayu juga bisa mengambil peran penting dalam industri konstruksi, karena kayu merupakan salah satu bahan bangunan yang paling umum digunakan. Kayu memiliki sifat yang kuat, tahan lama, dan mudah diolah, sehingga banyak digunakan dalam pembangunan rumah, gedung, jembatan, dan berbagai infrastruktur lainnya. Selain itu, perusahaan kayu juga dapat berkontribusi dalam menjaga kelestarian hutan dan lingkungan. Banyak perusahaan kayu yang mengikuti prinsip-prinsip keberlanjutan dengan melakukan pengelolaan hutan yang bertanggung jawab dan menjaga keseimbangan ekosistem.<sup>9</sup>

Perusahaan Kayu Di Gunung Gajah sendiri mempunyai dua strategi yang dapat diterapkan, strategi penjualan yang diterapkan pada Perusahaan PT Kayu Gunung Gajah Abadi menggunakan penjualan 4P yaitu *Product, price, place, and promotion*. Kalau untuk produk kayu pertama-tama yaitu perencanaan yang namanya kegiatan YTSP (Yayasan Tanam Sejahtera) atau organisasi inisiatif serupa terkait dengan penghijauan dan pengelolaan hutan lestari. YTSP digunakan dalam dokumen atau peraturan terkait pendaftaran perusahaan, biasanya dapat dikaitkan dengan program atau sistem sertifikasi yang memastikan kepemilikan pembangunan dan tugasnya. Mengenai

---

<sup>9</sup> Fanani, Budiwibowo, and Murwani..h.57

produk penjualan kayu Perusahaan PT Kayu Gunung Gajah Abadi sendiri mengakui bahwa mereka menebang pohon dan mengambil kayu dari dalam hutan serta sesuai dengan apa yang di sah kan dah di dikeluarkan oleh pemerintah. Yaitu strategi penetapan harga yang terdapat dalam penetapan harga sebagai POP (*Price Point*) dan strategi periklanan untuk barang tertentu dengan sistem promosi yang terdapat pada barang pokok. Tentukan harga dalam bentuk POP (*Price Point*) yang terdapat pada etalase bagian dimana ini merupakan kesepakatan harga antara pihak supermarket dengan konsumen (*customer*). strategi penjualan atau pemasaran yang biasa ditemui dalam masyarakat sehari-hari dimana jual beli lebih dikenal bila perdagangan dilakukan antara penjual dan pembeli dalam satu lokasi. Dari kegiatan ini dapat berlangsung pada pertemuan antara juru lelang dan pembeli yang membutuhkan barang yang ingin dimiliki, tujuan transaksi jual beli adalah untuk membantu masyarakat memenuhi kebutuhan sehari hari.<sup>10</sup>

Setelah adanya pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk melanjutkan penelitian terkait. Strategi pemasaran diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan, dan perusahaan harus mampu menetapkan harga barang dan produk yang tepat diberikan kepada konsumen agar tidak ada yg merasa saling di rugikan satu sama lain Oleh karena itu penulis memilih judul “Analisis Strategi Penjualan

---

<sup>10</sup> Treat J et al James W, Elston D, ‘Etika Penjualan Dalam Perspektif Islam’, *Andrew’s Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 20AD, 1–11.h.119

Kayu di Perusahaan Kayu PT Gunung Gajah Abadi dalam Perspektif Ekonomi Syariah”

## **B. Penegasan Istilah**

Penjualan adalah proses menawarkan dan menjual produk atau jasa kepada pelanggan dengan cara yang meyakinkan dan etis. Ini melibatkan pemahaman kebutuhan pelanggan, komunikasi efektif, membangun hubungan baik, serta memberikan nilai yang memuaskan. Penjualan yang sukses tidak hanya menghasilkan transaksi, tetapi juga kepuasan dan loyalitas pelanggan. Yang dimaksud penulis dalam penjualan disini adalah sebuah usaha yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, berupa barang dari produsen ke konsumen sebagai sasarannya. Dan Analisis strategi penjualan adalah proses mengevaluasi keefektifan strategi penjualan yang digunakan dalam perusahaan. Tujuannya adalah untuk menilai apakah strategi penjualan tersebut telah memberikan hasil yang diharapkan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.<sup>11</sup>

Menurut William G. Zikmund Penjualan adalah usaha yang melibatkan aktivitas mempromosikan dan menjual produk kepada konsumen melalui proses negosiasi dan persuasi.

Perspektif ekonomi syariah adalah sistem ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam, yang mengutamakan keadilan, kejujuran, dan

---

<sup>11</sup> Andrew Jeklin and others, ‘Strategi Penjualan Kayu Galam Kecamatan Rantau Badauh Kabupaten Barito Kuala’, *Correspondencias & Análisis*, 15018, 2016,.h.1–23.

keberlanjutan. Yang di maksud penulis di sini perspektif ekonomi syariah adalah pendekatan ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam. Prinsip-prinsip ini melibatkan aspek moral, etika, dan nilai-nilai agama dalam pengembangan sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.<sup>12</sup>

Untuk menghindari persepsi yang salah dalam memahami judul penelitian ini yaitu “Analisis Strategi Penjualan Kayu Di Perusahaan Kayu PT Gunung Gaja Abadi dalam Perspektif Ekonomi Syariah”

### **1. Analisis Strategi Penjualan**

Analisis strategi penjualan adalah proses evaluasi dan penilaian terhadap strategi penjualan yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan penjualan mereka. Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi keefektifan strategi penjualan saat ini, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi kinerja penjualan Perusahaan.

Analisis strategi penjualan sendiri adalah segala usaha atau kegiatan yang bertujuan untuk menyediakan barang atau jasa dari produsen ke konsumen, kegiatan tersebut ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dengan cara tertentu disebut dengan pertukaran. Strategi penjualan adalah suatu proses dimana kebutuhan pembeli dan

---

<sup>12</sup> Christine Sant’Anna de Almeida and others, ‘TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM’, *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 5.1 (2016), 1689–99.h.87

kebutuhan penjualan dipenuhi melalui pertukaran informasi dan manfaat.<sup>13</sup>

Menurut Kasmir, strategi tersebut mencakup langkah yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan. Strategi penetapan harga dalam klausul Islam tidak ditentukan. Pada tahun, dalam Islam, penentuan harga dilakukan oleh pemerintah pada tahun atau dikenal dengan *at-tas'ir al-jabari*. Penentuan harga dilakukan oleh pemerintah pada saat harga meningkat tajam karena perbuatan para pedagang.<sup>14</sup> Menurut Basu Swastha, strategi adalah rencana prioritas untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>15</sup>

Penjualan adalah proses penukaran produk atau jasa dengan uang atau nilai lainnya antara penjual dan pembeli. Ini melibatkan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi pembeli potensial agar melakukan pembelian. Tujuan dari kegiatan penjualan yaitu untuk meningkatkan volume penjualan, mencapai target penjualan, dan memperoleh keuntungan bagi perusahaan.

Pengertian penjualan sendiri, yaitu suatu proses melalui prosedur yang terdiri dari rangkaian kegiatan mulai dari menerima pesanan dari

---

<sup>13</sup> Trivita, Mawahib, and Taufik.h.78

<sup>14</sup> Strategi Penjualan Produk UKM Berbasis Lorong and A Nur Asri Ainun, 'Aisle-Based SME Product Sales Strategy Strategi Penjualan Produk UKM Berbasis Lorong', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2.2 (2023),h.40–49

<sup>15</sup> Willy Pratama Widharta and Sugiono Sugiharto, 'Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai', *Manajemen Pemasaran Petra*, 2.1 (2013), 1–15 <<https://www.neliti.com/id/publications/134744/penyusunan-strategi-dan-sistem-penjualan-dalam-rangka-meningkatkan-penjualan-tok>>.h.112

pembeli, memeriksa ketersediaan barang, dan melanjutkan pengiriman disertai pembuatan faktur dan pencatatan penjualan yang berlaku.

Menurut Philip Kotler Penjualan adalah kegiatan yang melibatkan proses persuasif untuk mengubah keinginan konsumen menjadi pembelian. Proses penjualan mencakup identifikasi kebutuhan konsumen, penyusunan penawaran yang menarik, dan negosiasi untuk mencapai kesepakatan pembelian.

Menurut William Stanton Penjualan adalah proses menghubungkan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan produk yang memenuhi kebutuhan tersebut melalui penerapan teknik-teknik penjualan yang efektif.<sup>16</sup>

Menurut Swasta dan Irawan, penjualan meliputi perencanaan, pengarahan dan pengawasan personal *sales*, termasuk pengumpulan, pemilihan, peralatan, routing, pemantauan, penagihan dan pemberian motivasi sebagai tugas yang diberikan kepada staf penjualan.<sup>17</sup>

## 2. Perspektif Ekonomi Syari'ah

Perspektif ekonomi syariah adalah pandangan atau pendekatan dalam bidang ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam. Ekonomi syariah memiliki pijakan dalam ajaran agama

---

<sup>16</sup> Ary Tumanduk and others, 'Pengaruh Strategi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Apotek Kimia Farma Sam Ratulangi Manado The Influencer Of Sal Ratulangi Strategy And Quality Of Service On Customer Satisfaction At A Pharmacy Chemical Pharmacy Sam Ratulangi ', 11.2 (2023), .h.240–54.

<sup>17</sup> Andrew Jeklin and others, ' , *Correspondencias & Análisis*, 15018, 2016,p.h.1–23.

Islam dan berusaha menjalankan prinsip-prinsip moral dan etika yang terkandung dalam Islam dalam kegiatan ekonomi. Perspektif ekonomi syariah telah mempengaruhi berbagai sektor ekonomi, termasuk perbankan, keuangan, asuransi, investasi, dan perdagangan.<sup>18</sup> Praktik-praktik ekonomi syariah telah berkembang di berbagai negara dengan populasi Muslim yang signifikan, dan lembaga keuangan syariah seperti bank syariah dan lembaga keuangan mikro syariah menjadi bagian penting dari sistem keuangan di beberapa negara

### **C. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang ada yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penjualan kayu di Perusahaan Kayu PT Gunung Gaja Abadi dalam perspektif Islam ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat penjualan yang dihadapi Perusahaan dalam industri kayu di Perusahaan kayu PT Gunung Gajah Abadi ?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mendeskripsikan bagaiman strategi penjualan kayu di perusahaan kayu PT Gunung Gaja Abadi dalam Persepektif Islam

---

<sup>18</sup> Farida Arum Setiana and Naufal Kurniawan, 'Analisis Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Produk Rabbani Perspektif Ekonomi Islami', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.1 (2023), 33–39 <<https://doi.org/10.57151/jeko.v2i1.115>>..h.90

- b. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat penjualan yang di hadapi Perusahaan dalam industri kayu di Perusahaan kayu PT Gunung Gajah Abadi.

## **2. Manfaat penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

Harapannya, penelitian ini dapat meluaskan pemahaman tentang penerapan strategi pemasaran perspektif pemasaran syariah dan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya terkait Analisis Strategi Penjualan Kayu Di Perusahaan Kayu PT Gunung Gaja Abadi dalam Persepektif Ekonomi Syariah

### **b. Manfaat Praktis**

#### 1) Kepercayaan pelanggan

Dengan menjunjung tinggi prinsip kejujuran, transparansi, dan keberlanjutan, perusahaan dapat membangun kepercayaan pelanggan. Ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar.

#### 2) Reputasi yang baik

Menerapkan strategi penjualan yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Ini dapat meningkatkan daya tarik bagi investor dan mitra bisnis.

## **E. Sistematika Laporan Penelitian**

Agar mempermudah pemahaman pembaca terhadap isi skripsi ini, peneliti akan menjelaskan secara rinci struktur penulisan laporan/skripsi yang akan dilakukan. Terdapat 5 bab dalam sistematika penulisan skripsi ini, dengan rincian bab-bab sebagai berikut:

BAB I, Pendahuluan bab ini berisi tentang pendahuluan, Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II, Landasan Teori bab ini berisi tentang Deskripsi Teori yang memiliki beberapa sub yaitu: strategi penjualan, penjualan syariah. Dilanjutkan dengan adanya Telaah Pustaka.

BAB III, Metode Penelitian bab ini berisi Jenis dan Pendekatan Penelitian, Waktu dan Tempat Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Uji Keabsahan Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV, Hasil Penelitian Dan Pembahasan bab ini berisi tentang Gambaran Umum Objek Penelitian, Deskripsi Data Penelitian, Pembahasan Hasil Penelitian, dan Keterbatasan Penelitian.

BAB V, Penutup Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang di kemukakan oleh penulis atas dasar Analisa yang di lakukan