

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian dewasa ini mengalami kemajuan yang signifikan, ditandai dengan semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha. Namun dalam perjalanannya sistem ekonomi dewasa ini, selain mengalami kemajuan yang signifikan ternyata juga melahirkan banyak ketimpangan yang semakin hari semakin mendalam antar individu maupun antar kelompok.<sup>1</sup> Dalam berbagai implementasi ekonomi pembangunan yang selama ini diterapkan oleh banyak negara, kemiskinan penduduk, pengangguran, dan ketimpangan distribusi pendapatan merupakan masalah besar, yang belum pernah berhasil diatasi secara memuaskan, khususnya di berbagai negara yang sedang berkembang.

Pembangunan ekonomi rakyat tidak dapat dicapai hanya dengan mengandalkan strategi pertumbuhan. Telah terbukti bahwa dampak kebijakan yang hanya mengandalkan pertumbuhan, justru semakin memperlebar jurang kesenjangan. Karena itulah strategi pembangunan ekonomi kita bertumpu pada Trilogi pembangunan. Salah satu isi dari strategi Trilogi pembangunan adalah memperkut posisi

---

<sup>1</sup> Hasan Aedy., *Teori dan Aplikasi Ekonomi Pembangunan Prespektif Islam*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011, h.1

transaksi dan kemitraan usaha ekonomi rakyat. Sebagai produsen dan penjual, posisi dan kekuatan rakyat dalam perekonomian sangatlah lemah. Mereka adalah *price taker*, karena jumlahnya yang banyak dengan pangsa pasar masing-masing yang kecil. Lebih jauh lagi, dalam transaksinya mereka biasanya menghadapi kekuatan usaha besar. Dengan persaingan yang tidak seimbang ini, keuntungan yang lebih besar jatuh pada pengusaha besar. Keadaan ini harus diperbaiki. Untuk itu, pertama-tama rakyat harus dibantu dengan prasarana dan sarana pembangunan yang akan memperlancar pemasaran produknya.<sup>2</sup>

Secara umum, pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.<sup>3</sup> Dalam arti yang lebih luas, pemasaran berusaha untuk mendapatkan tanggapan terhadap suatu penawaran. Tanggapan tersebut mungkin lebih dari sekedar pembelian sederhana atau perdagangan produk dan jasa. Pemasaran terdiri dari tindakan-tindakan yang diambil untuk memperoleh tanggapan yang diharapkan dari sasaran atau *audiens* terhadap beberapa produk, jasa, gagasan, dan objek

---

<sup>2</sup> Gunawan Sumodiningrat, *Membangun Perekonomian Rakyat*, Yogyakarta: IDEA, 2011, h.6-7

<sup>3</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 1, terj. Jaka Wasana, Jakarta: Erlangga, 2006, h. 5

lainnya. Kegiatan pemasaran tidak sekedar menciptakan transaksi-transaksi jangka pendek, lebih dari itu pemasar juga harus membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, distributor, dan pemasok.<sup>4</sup>

Dalam ilmu pemasaran salah satu yang dibahas adalah tentang segala sesuatu tentang pemilihan dan pemakaian saluran distribusi. Termasuk fasilitas pengangkutan dan penggudangannya, serta termasuk pula pemilihan para penyalur. Keputusan ini pada umumnya disebut " *Place Decision*". Dalam suatu perusahaan saluran distribusi sangat penting untuk dijaga dan dipertahankan dengan baik. Sebab saluran distribusi adalah rangkaian jalur yang membawa produk dari produsen kepada konsumen, apabila saluran distribusi itu tidak efektif dan efisien maka setiap produk yang akan sampai ketangan konsumen akan mengalami kendala yang nantinya akan merugikan produsen sendiri dan konsumen tentunya.<sup>5</sup>

Dikarenakan distribusi menjadi bagian penting dalam proses penyampaian produk dari produsen kepada konsumen akhir. Sebaik apapun produknya dan segencar apapun promosinya, tanpa distribusi yang baik tidak mungkin produk tersebut dapat sampai pada konsumen akhir dengan tepat.

---

<sup>4</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001, h. 25

<sup>5</sup> Jonathan Srawono, *Marketing intelligence*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011, h. 61

Untuk menyalurkan, menyebarkan dan menyampaikan barang-barang hasil produksi secara cepat dan tepat tentu saja haruslah diketahui dimana tempat konsumen itu berada. Tanpa mengetahui lokasi atau tempat tinggal konsumen, maka penyalur barang-barang itu akan menjadi tidak efektif dan tidak efisien. Tempat dimana konsumen itu berada akan sangat tergantung dari jenis barang yang dipasarkannya. Apabila kita memasarkan barang konsumsi maka konsumen akan berada disemua tempat, sehingga dapat dikatakan menyebar dimana-mana, karena pembelinya adalah perorangan atau rumah tangga. Lain halnya dengan barang industri dimana pembelinya adalah perusahaan-perusahaan sehingga dalam hal ini lokasi calon pembelinya tidak menyebar akan tetapi hanya berada di tempat-tempat tertentu saja dan jumlahnyaupun tidak banyak seperti dalam hal barang konsumsi. Kegiatan untuk menyalurkan barang-barang itu dapat dilakukan dengan cara langsung dari produsen kepada konsumen, akan tetapi dapat pula secara tidak langsung. Penyaluran tidak langsung berarti harus menggunakan penyalur atau distributor.<sup>6</sup>

Proses distribusi dalam ekonomi Islam haruslah diterapkan dengan benar, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam mendistribusikan produk, harus merata agar

---

<sup>6</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 2014, h. 309-311

semua konsumen dapat menikmati produk. Selain itu dalam distribusi juga tidak diperbolehkan berbuat dzalim terhadap pesaing lainnya. Nabi Muhammad SAW melarang orang-orang atau perantara memotong jalur distribusi dengan melakukan pengecatan terhadap pedagang dari desa yang ingin menjual barangnya ke kota. Mereka dicegat di pinggir kota dan mengatakan bahwa harga barang bawaan mereka sekarang harganya jatuh, dan lebih baik barang itu dijual kepada mereka yang mencegat. Hal ini sangat dilarang oleh Nabi Muhammad SAW.<sup>7</sup> seperti dalam sebuah hadits berikut ini:

عن طاوس عن ابن عباس رضى الله عنهما قال، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : لا تلقوا الركبان ولا يبيع حاضر لباد، قلت لابن عباس : ما قوله : ولا يبيع حاضر لباد؟ قال لا يكون له سمسارا متفق عليه

*Artinya: Dari Thaus dari Ibnu Abas ra.,ia berkata, Rasulullah SAW bersabda, janganlah kalian menghadang para pedagang yang berkendaraan dan jangan pula menjual kepada orang desa. Aku bertanya kepada ibnu abas, apakah maksud dari sabda rasulullah SAW, orang kota menjual kepada orang desa? Ibnu abbas menjawab, jangan menjadi makelar baginya. (HR. Bukhari-Muslim).<sup>8</sup>*

Hadist di atas menjelaskan tentang perantara yang dilarang oleh islam, masyarakat Arab banyak yang mata

---

<sup>7</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, h. 170.

<sup>8</sup> Mardani, *Hukum Perikatan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013, h. 102

pencariannya sebagai pedagang. Mereka berdagang ke negeri-negeri tetangga. Ketika mereka kembali, mereka membawa barang-barang yang sangat dibutuhkan oleh penduduk Mekkah. Ada juga pedagang asing yang sengaja datang ke Mekkah atau kota lainnya di Arab untuk memperdagangkan barang-barang mereka kepada penduduk Mekkah. Mereka datang bersama-sama dalam suatu rombongan besar yang disebut kafilah. Penduduk Arab berebut untuk mendapatkan barang dagangannya, karena harga barang tersebut harganya murah dan mereka merupakan pedagang pertama.

Tidaklah Nabi SAW mengeluarkan larangan orang kota menjadi perantara jualan orang desa, jika tidak ada akses yang buruk dalam perbuatan tersebut. Kita maklum ciri orang desa lebih terbelakang dibandingkan dengan orang kota. Orang kota lebih maju, lebih lincah dan lebih pintar. Karena itu lumrah terjadi pengelabuan yang dilakukan orang kota terhadap orang desa. Orang desa menyerahkan barangnya secara jujur kepada makelar kota, tetapi makelar kota menerimanya dengan lhai, sehingga timbullah semacam penipuan dan pengelabuan. Perbuatan semacam ini jelas buruk dari segi moral. Apabila dilihat dari dampak negatif adanya penetapan harga dapat merugikan produsen, konsumen dan perekonomian secara keseluruhan. Penetapan harga menyebabkan kelebihan penawaran sebab harga terlalu tinggi. Apabila penetapan harga dibawah harga pasar juga

akan menyebabkan distorsi bagi perekonomian. Karena harga terlalu rendah maka akan kelebihan permintaan sehingga merugikan produsen. Namun dampak negatifnya barang terhenti, ketidak teraturan harga. Sehingga mekanisme pasar terganggu karena sengaja usaha menimbun barang, penipuan kualitas, kuantitas. Maka bijaksanalah jika larangan Nabi itu dikeluarkan, yang mungkin timbul lebih kurang juga dalam hal larangan menghadang rombongan dagang. Menjadi makelar yang nyata-nyata membawa akses buruk seperti itu jelas terlarang. Adapun menjadi makelar yang ikhlas, dapat dipercaya, jujur dimana orang desa yang diwalikinya tahu harga pasaran, tidak ada unsur-unsur penipuan dan pengelabuan, maka kiranya tidaklah termasuk perbuatan yang haram. Bahkan perbuatan tersebut dapat dimasukkan sebagai tolong menolong dalam kebaikan.<sup>9</sup> Seperti firman Allah SWT dalam QS An-nisa' ayat 75:

وَمَا لَكُمْ لَا تُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَالْمُسْتَضْعَفِينَ مِنَ الرِّجَالِ  
وَالنِّسَاءِ وَالْوِلْدَانِ الَّذِينَ يَقُولُونَ رَبَّنَا أَخْرِجْنَا مِنْ هَذِهِ الْقَرْيَةِ  
الظَّالِمِ أَهْلِهَا وَاجْعَلْ لَنَا مِنْ لَدُنْكَ وَلِيًّا وَاجْعَلْ لَنَا مِنْ لَدُنْكَ

نَصِيرًا

---

<sup>9</sup> Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, Bandung: Diponegoro, 1984, h.163-166.

*Artinya: Mengapa kamu tidak mau berperang di jalan Allah dan (membela) orang-orang yang lemah baik laki-laki, wanita-wanita maupun anak-anak yang semuanya berdoa: "Ya Tuhan kami, keluarkanlah kami dari negeri Ini (Mekah) yang zalim penduduknya dan berilah kami pelindung dari sisi Engkau, dan berilah kami penolong dari sisi Engkau!"*<sup>10</sup>

Masyarakat Indonesia yang tinggal di pedesaan pada dasarnya mayoritas bermata pencaharian sebagai petani. Sektor pertanian mendominasi wilayah Indonesia. Hal itu dikarenakan wilayah Indonesia khususnya pedesaan didominasi oleh sektor pertanian yang cocok untuk dijadikan lahan pertanian. Sektor pertanian garam di Kabupaten Pati mempunyai peran yang penting dalam kegiatan perekonomian masyarakat di daerah pesisir. Dan merupakan salah satu sektor unggulan bagi masyarakat pesisir Kabupaten Pati, karena Kabupaten Pati merupakan salah satu sentra industri garam di Jawa Tengah. Di desa Sambilawang Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati sendiri, mayoritas masyarakatnya juga berprofesi sebagai petani tambak garam. Para petani garam di Desa Sambilawang memulai proses produksi garam tradisional (garam krosok) pada musim kemarau yang biasanya terjadi pada Bulan Juni sampai dengan Bulan Oktober. Pada rentang waktu empat bulan ini, merupakan waktu yang sering dimanfaatkan oleh masyarakat Desa Sambilawang untuk memulai pertanian garam.

---

<sup>10</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Jakarta: Al-huda, 2002, h. 91



Pembuatan garam di Desa Sambilawang Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati ini sudah dilakukan secara turun-temurun dan sudah seperti menjadi tradisi bagi para petani garam rakyat di Desa Sambilawang, pada waktu yang hampir sama yaitu pada musim kemarau. Dalam saluran distribusi hasil produksi garam rakyat, peranan pengepul terkait proses penampungan maupun pemasaran di Desa Sambilawang ini sangatlah penting. Pengepul menampung hasil dari petani garam berupa garam setengah jadi, dalam artian garam yang baru dipanen dan akan dipasarkan ke industri atau di konsumsi serta didistribusikan oleh pengepul terhadap industri pengolahan garam. Di samping itu garam yang siap jual ditimbun dan dijual ke pengepul atau bandar besar pada saat harga garam itu naik. Kebanyakan para petani garam lebih memilih menjual kembali hasil panen garam pada saat panen. Hal itu dilakukan karena keterbatasan modal dan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi atau kebutuhan sehari-hari yang mendesak untuk dipenuhi.

Petani garam rakyat di Desa Sambilawang Kabupaten Pati merupakan salah satu pekerja musiman karena mereka bekerja setelah musim panen kedua atau pada musim kemarau. Faktor keberhasilan para petani garam di Desa Sambilawang ini tergantung pada kondisi alam, yaitu apakah musim kemarau itu panjang atau tidak, karena mereka masih menggunakan teknologi tradisional yang memanfaatkan panas

matahari dalam proses pembuatan garam. Pada musim kemarau panjang yang terjadi pada tahun 2015, menjadi salah satu faktor yang sangat mendukung dalam proses pembuatan garam tradisional (garam krosok) di Desa Sambilawang, karena kondisi alam seperti ini bisa memperlancar proses pembuatan garam krosok, sekaligus menambah hasil produksi garam krosok. Namun disisi lain petani garam di Desa Sambilawang harus memikirkan tentang kemana produk yang dihasilkan harus diperjualbelikan secara tepat, karena jika terlalu lama produk tersebut di simpan maka kemungkinan akan mengalami penyusutan dan penurunan kualitas dan kuantitas barang dan ini akan mengakibatkan usahanya mengalami penurunan pendapatan disamping harga beli juga akan menurun.

Kondisi seperti ini turut mempengaruhi pendapatan petani garam di Desa Sambilawang Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati, sebagai masyarakat yang melakukan kegiatan usahanya memproduksi garam tradisional (garam krosok), para petani garam di Desa Sambilawang ini masih kesulitan dalam menentukan atau mencari cara dalam mendistribusikan garam yang sesuai dengan kondisi pasar dan permintaan terhadap produk yang dihasilkan. Selain kesulitan yang dialami petani garam di Desa Sambilawang, strategi penekanan harga yang dilakukan sebagian agen atau pengepul (distributor) ini menekan dan meminimalisasi harga, di

samping terbatasnya daya beli masyarakat sehingga pendapatan petani garam tetap tidak mengalami peningkatan yang berarti.

Dari uraian tersebut di atas maka penulis akan mengkaji lebih jauh tentang saluran distribusi pemasaran yang dapat mempengaruhi pendapatan petani garam rakyat di Desa Sambilawang. Oleh karena itu penulis mengambil judul skripsi **“Implementasi Saluran Distribusi Produk Petani Garam Di Desa Sambilawang Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati Dalam Perspektif Ekonomi Islam”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk saluran distribusi garam rakyat yang ada di Desa Sambilawang?
2. Bagaimana dampak saluran distribusi garam rakyat terhadap pendapatan masyarakat muslim di Desa Sambilawang?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan dan kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana saluran distribusi garam rakyat di Desa Sambilawang.

2. Untuk mengetahui kendala apa yang dihadapi oleh petani garam rakyat di Desa Sambilawang dalam menentukan saluran distribusi.
3. Untuk mengetahui dampak saluran distribusi garam rakyat terhadap pendapat petani garam di Desa Sambilawang.
4. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan kajian tentang masalah pembangunan ekonomi, khususnya pada bidang pertanian garam rakyat.
5. Penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan sebagai acuan dalam memutuskan saluran distribusi yang akan dipakai oleh petani garam rakyat di Desa Sambilawang.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Penelitian yang pernah penyusun jumpai berkaitan dengan saluran distribusi garam rakyat terhadap pendapatan petani garam adalah “ *Analisis Tingkat Pendapatan Petani Garam di Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan*” oleh: Syaiful Arzal 2014. Sekripsi ini membahas tentang pengaruh tingkat Pengalaman Kerja, Produktivitas, Hari Orang Kerja (HOK), dan Pelatihan terhadap pendapatan petani garam di Kabupaten Jeneponto. Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Pengalaman Kerja, Produktivitas, Hari Orang Kerja (HOK), dan Pelatihan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan petani garam. Pengalaman Kerja berpengaruh

terhadap pendapatan petani garam, Produktivitas berpengaruh terhadap pendapatan petani garam, Hari Oang Kerja (HOK) tidak berpengaruh terhadap pendapatan petani garam, dan Pelatihan tidak berpengaruh terhadap pendapatan petani garam.<sup>11</sup> Sedangkan penelitian yang akan penulis kaji hanya berfokus pada upaya untuk menganalisis model saluran distribusi yang bisa digunakan dalam mendistribusikan hasil pertanian garam rakyat, guna meningkatkan pendapatan petani garam muslim yang ada di Desa Sambilawang, Kecamatan Trangkil, Kabupaten Pati.

Agus Ariwibowo yang melakukan penelitian yang berjudul “ *Analisis Rantai Distribusi Komonditas Padi dan Beras di Kecamatan Pati Kabupaten Pati*”. Skripsi ini membahas tentang upaya mempersempit disparitas harga padi di tingkat petani dan konsumen di Kecamatan Pati, maka diperlukan studi mengenai sistem pemasaran komoditas padi sawah. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini : (1) Bagaimana pola distribusi komoditas padi dan beras mulai dari petani sampai konsumen akhir di Kecamatan Pati Kabupaten Pati. (2) Seberapa besar margin keuntungan yang diterima masing-masing pelaku pemasaran dalam rantai distribusi komoditas padi dan beras di Kecamatan Pati

---

<sup>11</sup> Syaiful Arzal, *Analisis Tingkat Pendapatan Petani Garam di Kabupaten Jeneponto*, Makasar: Universitas Hasanuddin, 2014, h.58

Kabupaten Pati.<sup>12</sup> Sedangkan penelitian yang akan penulis kaji terfokus pada upaya untuk menganalisis model saluran distribusi yang bisa digunakan dalam mendistribusikan hasil pertanian garam rakyat di Desa Sambilawang, Kecamatan Trangkil, Kabupaten Pati.

Ana Putri Fadhilah yang melakukan penelitian yang berjudul “*Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Pembelian Konsumen*”. Skripsi ini membahas tentang analisis pengaruh produk, persepsi harga, promosi dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian (studi pada Outlet The Body Shop Outlet Java Mall Semarang), dalam kaitannya dengan keputusan pembelian, dalam penelitian ini menitikberatkan pada faktor-faktor yang dapat menyebabkan konsumen melakukan keputusan pembelian, yaitu faktor produk, harga, promosi dan saluran distribusi. Berdasarkan hasil analisis data, menunjukkan bahwa : variabel produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan serta memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian, variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel saluran distribusi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

---

<sup>12</sup> Agus Ariwibowo, *Analisis Rantai Distribusi Komoditas Padi dan Beras di Kecamatan Pati Kabupaten Pati*, Semarang: UNDIP, 2013, h.74

pembelian.<sup>13</sup> Sedangkan penelitian yang akan penulis kaji hanya fokus pada saluran distribusi yang bisa digunakan dalam mendistribusikan hasil pertanian garam rakyat, guna meningkatkan pendapatan petani garam muslim yang ada di Desa Sambilawang, Kecamatan Trangkil, Kabupaten Pati.

## E. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) yakni penelitian yang langsung berhubungan dengan obyek yang diteliti.<sup>14</sup>

Penelitian ini bersifat kualitatif, yang mana penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian ini dapat menunjukkan pada penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku juga tentang fungsionalisasi organisasi, pergerakan-pergerakan sosial atau hubungan kekerabatan.<sup>15</sup>

### 2. Sumber Data

---

<sup>13</sup> Ana Putri Fadhillah, *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Pembelian Konsumen*, Semarang: UNDIP, 2013, h. 87

<sup>14</sup>Hadi Sutrisno, *Metodologi Research*, jilid 2, Yogyakarta: Andi Offset, 2001, h. 32

<sup>15</sup> Anselm, Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1997, h. 11

Sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 macam:

a. Sumber Data Primer

Data Primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek penelitian.<sup>16</sup> Obyek penelitian ini adalah para pelaku mekanisme pasar garam krosok yang ada di Desa Sambilawang, yang meliputi: petani garam, makelar, dan tengkulak yang ada di Desa Sambilawang Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder yang akan penulis gunakan adalah dokumen yang berupa data tertulis, seperti: buku, majalah, surat kabar, makalah, laporan penelitian, dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan saluran distribusi produk pertanian garam.<sup>17</sup>

3. Metode Pengumpulan Data

Salah satu tahap yang penting dalam proses penelitian adalah tahap pengumpulan data. Hal ini karena data merupakan faktor terpenting dalam suatu penelitian, tanpa adanya data yang terkumpul maka tidak mungkin

---

<sup>16</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, Cet. 1, 2004, h. 122

<sup>17</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Sebuah Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, Edisi Revisi V, 2002, h. 206



suatu penelitian akan berhasil. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah dengan cara:

a. Observasi

Observasi adalah perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala, kejadian atau sesuatu dengan maksud menafsirkannya, mengungkapkan faktor-faktor penyebabnya, dan menemukan kaidah-kaidah yang mengaturnya. Pada waktu melakukan observasi peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengamati proses pembuatan garam dan proses pendistribusian produk pertanian garam yang ada di Desa Sambilawang Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati.<sup>18</sup>

b. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan yang dilakukan dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan yang berhubungan dengan penelitian.<sup>19</sup> Metode ini peneliti gunakan untuk mencari data tentang saluran distribusi produk pertanian garam di Desa Sambilawang Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati. Dalam wawancara kali ini

---

<sup>18</sup> Prof. Dr. Emzir, M.pd., *Metodologo penelitian kualitatif: Analisis Data*, Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA, 2010, h.38

<sup>19</sup> Prof. Dr. Emzir, M.pd., h.50.

peneliti mewawancarai beberapa petani garam, dan para pelaku pasar produk garam krosok yang ada di Desa Sambilawang Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa sumber data tertulis yang berupa penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.<sup>20</sup> Dalam dokumentasi ini peneliti mengambil gambar dari proses pembuatan garam dan proses pendistribusian garam yang berlokasi di lahan tambak garam Desa Sambilawang Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati.

4. Metode Analisis Data

Dalam melakukan analisis data peneliti akan menggunakan metode deskriptif, yakni mendeskripsikan data yang diperoleh melalui sumber data sekunder atau menggambarkan sifat atau keadaan yang dijadikan obyek dalam penelitian. Karena penelitian ini kualitatif maka disebut dengan penelitian deskriptif kualitatif. Dengan

---

<sup>20</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008, h.103.

metode Kualitatif, peneliti tidak hanya menggambarkan akan tetapi juga menjelaskan tingkat status fenomena.<sup>21</sup>

#### **F. Sistematika Penelitian Skripsi**

Untuk memudahkan dan mengetahui dalam penelitian skripsi ini, maka peneliti menyusun sistematikanya sebagai berikut :

#### **BABI : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini meliputi:

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Tinjauan Pustaka
- E. Metode Penelitian
- F. Sistematika Penulisan Skripsi

#### **BAB II : TINJAUAN UMUM TENTANG SALURAN DISTRIBUSI DAN PENDAPATAN MASYARAKAT**

Dalam bab ini menerangkan tentang kajian teori yang diteliti, yaitu meliputi:

- A. Distribusi Dalam Prespektif Ekonomi Islam
- B. Produk Dalam Prespektif Ekonomi Islam
- C. Saluran distribusi yang terbagi menjadi beberapa sub bab yaitu:
  - 1. Definisi saluran distribusi

---

<sup>21</sup> Tim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, h.13.

2. Jenis-jenis dan bentuk saluran distribusi
3. Strategi menentukan saluran distribusi
4. Pemilihan dan pengendalian saluran distribusi
5. Saluran distribusi dalam perspektif ekonomi islam
6. pendapatan Masyarakat

**BAB III: PERTANIAN GARAM DI DESA  
SAMBILAWANG DAN SALURAN DISTRIBUSI  
PRODUKNYA**

Bab ini berisi tentang gambaran umum Desa Sambilawang Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati yang meliputi:

- A. Deskripsi Singkat Desa Sambilawang
- B. Lahan Tambak Garam Desa Sambilawang
- C. Proses Produksi Garam Desa Sambilawang
- D. Saluran distribusi garam rakyat Desa Sambilawang

**BAB IV: ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI GARAM DI  
DESA SAMBILAWANG DALAM PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM**

Bab ini berisi tentang:

- A. Analisis saluran distribusi garam rakyat di Desa Sambilawang Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati.

B. Dampak saluran distribusi garam rakyat terhadap pendapatan petani di Desa Sambilawang Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati.

**BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisi tentang:

- A. Kesimpulan
- B. Saran
- C. Penutup