

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Lokasi Bisnis

1. Pengertian Lokasi Bisnis

Lokasi bisnis adalah tempat yang menjadi pusat kegiatan bisnis, baik teknis, administrasi, ataupun manajerial. tidaknya bisnis, jadi kita harus memilih lokasi strategis, dimana lokasi strategis merupakan lokasi memilih kemudahan dalam faktor berikut:

- a. Mudah mencari faktor produksi.
- b. Mudah mengembangkan bisnis.
- c. Mudah menjual produksi.
- d. Mudah memproduksi.

Faktor yang dipertimbangkan dalam penentuan lokasi bisnis, meliputi:

- a. Pasar yang memiliki banyak konsumen.
- b. Bahan baku dengan kualitas baik dan harga yang murah.
- c. Tenaga kerja dengan kualitas baik dan upah yang rendah.
- d. Transportasi yang lancar.
- e. Bank atau lembaga keuangan lainnya.
- f. Listrik.
- g. Air yang lancar.
- h. Pajak atau sewa yang murah.
- i. Peraturan Pemerintah mendukung.
- j. Kebudayaan mendukung.
- k. Alam yang mendukung.

Pendapat A. Webber Dalam menentukan lokasi bisnis, carilah lingkungan yang ditinjau dari lancar atau tidaknya transportasi. Sedangkan William James Booth, Dalam penentuan lokasi bisnis, kita dapat melakukan penilaian dan evaluasi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi atau faktor penentu, kemudian dibandingkan dengan nilai standar dan dipilih dari nilai yang tertinggi.¹

Bisnis dilakukan oleh manusia sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Aktivitas ini, manusia berusaha memenuhi kebutuhan dengan memperoleh kepuasan atas kegiatan-kegiatan yang dilakukannya. Namun berdasarkan preferensi yang ada, manusia juga berusaha untuk mendapatkan tantangan serta harapan yang lebih baik dikemudian hari. Karna manusia berusaha memanfaatkan kekuatan-kekuatan yang dimilikinya dan menganalisis aneka peluang yang disediakan oleh dunia bisnis secara tidak terbatas.

Bisnis memang menyediakan lapangan kerja dari berbagai tingkatan. Sekarang ini lapangan kerja tidak lagi semata-mata diarahkan ke sektor pemerintahan, tetapi mulai bergeser pada dunia bisnis karena bidang ini dirasa sesuai dengan semangat untuk selalu mendapat tantangan guna mencoba kemampuan. Manusia melakukan suatu aktivitas tentu karna mempunyai tujuan. Demikian pula dengan para pelaku bisnis. Mereka melakukan aktivitas bisnis untuk mencapai suatu sasaran akhir. Goals atau sasaran ini merupakan cerminan dari

¹<http://septyan-pemburu.blogspot.co.id/2013/01/penentuan-lokasi-bisnis.html?m=1>, di unduh pada 13 April 2017 pukul 19:42 WIB.

berbagai hasil yang diharapkan untuk dapat dilakukan oleh organisasi beserta bagian-bagian fungsional perusahaan (seperti produksi, marketing ,keuangan, personalia danl lain-lain) yang akan menentukan kinerja organisasi dalam jangka panjang (*key result area*). Tujuan yang ingin dicapai oleh para pelaku bisnis sangat bervariasi. Tujuan bisnis tersebut menjadi orientasi para pelaku bisnis. Tujuan dari organisasi bisnis pada dasarnya meliputi (koestoro) :

1. Menghasilkan barang dan jasa secara efisien berbasis pemenuhan kepuasan konsumen.
2. Menciptakan kinerja yang menguntungkan perusahaanan melalui aktivitass yang dapat menciptakan nilai bagi perusahaan.
3. Melindungi kesehatan dan kesejahteraan karyawan.
4. Melatih menjadi warga mayarakat yang baik dalam kaitannya dengan bertetangga.
5. Mendukung pelaksanaan hukum dan pemerintahan.
6. Menyediakan pertumbuhan yang sehat bagi perusahaan dan memperoleh keuntungan yang sehat pula.
7. Menjaga kualitas lingkungan melaluioprasi perusahaan dan program kemasyarakatan.²

2. Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Lokasi Usaha

Keputusan lokasi sering kali melibatkan serangkaian factor yang dapat berpengaruh terhadap pendapatan, biaya, atau keduanya karna dapat berpengaruh terhadap laba. Faktor lain

² Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Yogyakarta: Andi , 2010), h.13-14

yang pengaruhnya terhadap laba tidak mudah untuk diukur adalah pertimbangan pemilihan lokasi.

Beberapa faktor lokasi oprasi perusahaan yang dibahas yaitu:

a. Faktor Hubungan Pasar

Strategi pasar harus dipertimbangkan berdasarkan penempatan fasilitas usaha. Ramalan permintaan membantu menentukan paar barang atau jasa. Setiap produk ada pihak-pihak yang membutuhkannya keputusan lokasi yang merupakan tempat penyediaan kebutuhan tersebut harus diperhitungkan berdasarkan lokasi an permintaan untuk setiap produk baik untuk jangka pendek ataupun jangka panjang. Lokasi pesaing juga dapat berpengaruh terhadap tingkat disukai atau tidaknya suatu lokasi. Meskipun demikian ada beberapa perusahaan yang menghendaki berdekatan dengan pesaing, dan adapula yang bersikap sebaliknya suatu lokasi usaha oleh konsumen dapat mempengaruhi jumlah pembeli potensial dan pendapatan perusahaan. Strategi pemasaran merupakan faktor penting untuk dipertimbangkan bersamadengan faktor-faktor oprasi pada waktu lokasi telah ditetapkan.

b. Faktor Biaya Untuk Fasilitas yang Berwujud

Banyak keperluan utuk oprasi perusahaan harus diadakan dengan biaya mahal. Keputusan lokasi merupakan salah satu diantaranya. Perkiraan biaya jangka panjang harus digunakan karna fasilitas oprasi dapat dimanfaatkan

selama empat puluh sampai lima puluh tahun, atau bahkan lebih dari itu.³

3. Lokasi Toko (Store Location)

Keputusan mengenai lokasi bagi suatu usaha ritel memegang peranan yang sangat penting. Lokasi toko sangat mempengaruhi tingkat profitabilitas dan keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Menurut Kotler *“retailing are accustomed to saying that the three keys success are location, location and location”*. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa tiga kunci sukses bagi pedagang eceran adalah lokasi, lokasi, dan lokasi. Hal ini menyiratkan arti bahwa betapa pentingnya keputusan mengenai lokasi bagi usaha eceran.

Lokasi akan mempengaruhi jumlah dan jenis konsumen yang akan tertarik untuk datang ke lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh sarana transportasi yang ada, serta kapasitas parkir yang cukup memadai bagi konsumen.

Lokasi juga akan mempengaruhi citra toko atau kepribadian citra toko dan kekuatan daya tarik yang dibuat oleh toko tersebut terhadap pelanggan utamanya. DAVIDSON mengatakan bahwa bila semua faktor mempunyai nilai yang hampir sama dalam pemutusan pemilihan toko, pada umumnya konsumen akan memilih toko yang lebih dekat, karena hal itu akan memberikan kenyamanan yang lebih bagi konsumen dalam hal waktu dan tenaga.

³³ Mahfoedz Mahmud, dkk, **Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer**, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), h115-116

Menurut LEWINSON, masalah penentuan lokasi pedagang eceran terdiri dari mengidentifikasi, menggambarkan, mengevaluasikan dan akhirnya memilih lokasi yang digambarkan sebagai berikut:

- a. *Retaling market*, yaitu lokasi pasar eceran.
- b. *Trading areas*, yaitu daerah geografis dimana pedagang eceran dekat atau berusaha mendekati sebagian besar pelanggan sasaran. Pada dasarnya las dari *trading areas* yang ditawarkan termasuk macam harga, ketersediaan dari berbagai sumber, dan luas yang mencerminkan selera dari pelanggan.
- c. *Retail sites*, yaitu posisi dimana dalam *trading area* tempat pedagang eceran beroperasi. Posisi ini ditentukan oleh beberapa factor seperti kemudahan mencapai lokasi, jalur lalu lintas, luas populasi dan distribusi dari *trading area* ,tingkat pendapatan, stabilitas ekonomi, dan persaingan.

KOTLER, menyatakan bahwa peritel dapat menempatkan tokonyadilokasi sebagai berikut:

- a. Daerah pusat bisnis adalah merupakan daerah pusat kota yang dari dulu paling padat lalu lintasnya disebut pusat kota.
- b. Pusat perbelanjaan *ragional*, merupakan mal-mal besar daerah pinggiran yag terdiri dari 4 sampai lebih 10 toko dan menarik pengunjung dengan jarak 5 sampai 10 mil.
- c. Pusat perbelanjaan lingkungan, ini merupakan mal-mal yang lebih kecil dari satu toko utama dan 20 sampai 40 toko kecil.

- d. Jalur pembelanjaan, merupakan suatu kelompok toko-toko yang melayani kebutuhan normal suatu lingkungan seperti makanan dan minuman, peralatan logam, cucian, dan bensin.

Dari pendapatan ini dapat disimpulkan bahwa umumnya lokai yang dapat dipilih untuk ritel dapat dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu daerah pusat bisnis, pusat pembelanjaan *ragional*, dan *free standing (isolated store)*.⁴

Menurut pendapat KASMIR bahwa dalam menjalankan usaha diperlukan tempat usaha yang dikenal dengan lokasi. Lokasi ini penting baik sebagai tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen (*nasabah / pelanggan*) aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, atau untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat memajangkan barang-barang dagangannya. Konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau dijual baik jenis, jumlah maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih bertransaksi atau melakukan pembelanjaan terhadap produk yang ditawarkan secara langsung. beragam lokasi yang dapat dimiliki perusahaan disesuaikan pula dengan kebutuhan perusahaan. Pendirian suatu lokasi harus memikirkan nilai pentingnya karna akan menimbulkan biaya bagi perusahaan. Penentuan lokasi juga harus tepat sasaran karna lokasi yang

⁴ Dr. ir. Bob Foster, m.m. **Manajemen Ritel**, (bandung: Alfabeta ,2008), h.51-53

tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun nonfinansial.

Keuntungan yang diperoleh dengan lokasi yang tepat antara lain :

1. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan;
2. Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya;
3. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus menerus;
4. Kemudahan untuk memperluas lokasi karna biasanya suda diperhitungkan untuk usaha perluasan lokasi sewaktu-waktu;
5. Memiliki nilai atau harga ekonomi yang lebih tinggi dimasa yang akan datang;
6. Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat;⁵

Membicarakan tentang memperoleh keuntungan dengan lokasi yang tepat diperlukan juga, pertimbangan penentuan lokasi. Pertimbangan Penentuan lokasi harus dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Kesalahan dalam menentukan lokasi akan berakibat fatal bagi suatu usaha. Kerugian yang diderita perusahaan sangatlah besar. Oleh karna itu, prioritas untuk menentukan lokasi sebelum ditetapkan perlu dianalisis secara baik. Prioritas utama untuk menganalisis masalah lokasi

⁵Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali pers,2014), h.141

adalah penentuan tujuan untuk lokasi jenis apa, apakah untuk kantor pusat, lokasi cabang, lokasi pabrik, atau lokasi gudang.

Masing-masing lokasi memiliki pertimbangan sendiri, misalnya apakah lokasi harus dekat dengan konsumen atau bahan baku. Lokasi yang sulit dijangkau konsumen akan sangat berbahaya bagi kehidupan perusahaan. Demikian pula lokasi yang terlalu jauh dengan bahan baku akan menambah beban biaya, baik biaya transportasi maupun biaya lainnya. Oleh karena itu penentuan lokasi harus tepat sasaran dengan berbagai pertimbangan.

Ada beberapa pertimbangan untuk menentukan lokasi antara lain adalah:

1. Jenis usaha yang dijalankan.
2. Dekat konsumen atau pasar.
3. Dekat dengan bahan baku.
4. Ketersediaan tenaga kerja.
5. Sarana dan prasarana (transportasi, listrik dan air).
6. Dekat dengan pusat pemerintah.
7. Dekat dengan lembaga keuangan.
8. Berada dikawasan industri.
9. Kemudahan untuk melakukan ekspansi atau perluasan.
10. Kondisi adat dan istiadat, budaya dan sikap masyarakat setempat.
11. Hukum yang berlaku diwilayah setempat dan pertimbangan lainnya.⁶

⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali pers,2014), h.144

Lokasi digunakan untuk berbagai keperluan perusahaan. Pemilihan lokasi tergantung dari jenis kegiatan usaha atau investasi yang dijalankan. Setiap perusahaan paling tidak memiliki empat lokasi yang dipertimbangkan sesuai keperluan perusahaan, yaitu:

1. Lokasi untuk kantor pusat;
2. Lokasi untuk pabrik;
3. Lokasi untuk gudang;
4. Lokasi untuk kantor cabang;

Kantor pusat merupakan lokasi untuk mengendalikan kegiatan operasional cabang-cabang. Semua laporan kegiatan dan pengambilan keputusan dilakukan di kantor ini. Kantor pusat juga digunakan untuk mengendalikan seluruh aktivitas cabang-cabang usaha. Lokasi untuk kantor pusat biasanya berada di ibukota negara atau provinsi.

Lokasi pabrik merupakan lokasi yang digunakan untuk memproses atau memproduksi barang atau jasa. Lokasi ini biasanya didirikan dengan berbagai pertimbangan, apakah mendekati bahan baku, mendekati pasar, sarana dan prasarana, atau transportasi.

Lokasi gedung merupakan tempat penyimpanan barang milik perusahaan baik untuk barang yang masuk maupun yang keluar. Lokasi gudang biasanya di daerah kawasan pergudangan. Hal ini dilakukan karena lokasi di sekitar kawasan pergudangan terkenal aman dan memiliki sarana dan prasarana yang lengkap.

Lokasi cabang merupakan lokasi kegiatan untuk usaha perusahaan dalam melayani konsumennya. Lokasi ini juga digunakan untuk memajukan hasil produksi atau berbagai jenis barang yang dijual. Letak lokasi cabang biasanya dekat dengan pasar atau konsumen.⁷

B. Pengertian Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan ataupun tahunan.

Beberapa klasifikasi pendapatan antara lain:

a. Pendapatan pribadi yaitu:

Semua jenis pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima penduduk suatu Negara.

b. Pendapatan disposibel yaitu:

Pendapatan pribadi dikurangi pajak yang harus dibayarkan oleh para penerima pendapatan, sisa pendapatan yang siap dibelanjakan inilah yang dinamakan pendapatan disposibel.

c. Pendapatan nasional yaitu:

Nilai seluruh barang-barang jadi dan jasa-jasa yang diproduksi oleh suatu Negara dalam satu tahun. Menjalankan usaha harus adanya modal, karena modal adalah pokok utama dalam menjalankan usaha, kebanyakan

⁷ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali pers,2014), h.143

masyarakat memerlukan modal usaha dengan cara meminta modal usaha. Di Unit Pengelola Kegiatan (UPK) bisa memberikan modal. pengertian pendapatan dapat ditemui dalam berbagai literatur akuntansi baik mengenai sumber, cara memperoleh maupun cara mengukurnya. Pendapatan ini dapat terjadi pada waktu-waktu tertentu

Pendapatan dalam ilmu ekonomi teoritis adalah hasil yang diterima, baik berupa uang maupun lainnya atas penggunaan kekayaan (jasa manusia).⁸ Dijelaskan pula bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya. Pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi dua bagian, yaitu:

- 1) Pendapatan permanen (*permanent income*) adalah pendapatan yang selalu diterima pada setiap periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya, misalnya pendapatan dari gaji atau upah. Pendapatan merupakan pendapatan yang diperoleh dari semua faktor yang

⁸Ahmad Hasan Ridwan, *BMT dan Bank Islam*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004),h.33

menentukan kekayaan seseorang (yang menciptakan kekayaan).

2) Pendapatan Sementara (*transitory income*) adalah pendapatan yang tidak bisa diperkirakan.⁹

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan adalah:

1. Kesempatan kerja yang tersedia, semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.
2. Jenis pekerjaan, terdapat banyak jenis pekerjaan yang dapat dipilih seseorang dalam melakukan pekerjaannya untuk mendapatkan penghasilan.
3. Kecakapan dan keahlian, dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.
4. Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh. Selain itu lokasi bekerja yang dekat dengan tempat tinggal dan kota, akan membuat seseorang lebih semangat untuk bekerja.
5. Keuletan kerja, pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka

⁹ Mangkoesoebroto Guritno dan Algifari, *Teori Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: STIE YPKN, 1998), H.72

kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meneliti kearah kesuksesan dan keberhasilan.

6. Banyak sedikitnya modal yang digunakan, besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan. Suatu usaha yang besar akan dapat memberikan peluang yang besar pula terhadap pendapatan yang akan diperoleh.¹⁰

Menurut pendapat FASB, pendapatan adalah aliran masuk atau peningkatan aktiva lain sebuah entitas atau penyelesaian kewajibannya (atau suatu kombinasi keduanya) dari pengiriman atau pembuatan barang, pemberian jasa, atau aktiva lainnya yang merupakan kegiatan utama atau sentral yang masih berlangsung dari entitas tersebut.¹¹

Dalam sebuah bisnis, pendapatan merupakan jumlah uang yang didapat atau diterima oleh perusahaan dari suatu aktivitasnya, hampir semua dari penjualan produk ataupun jasa kepada pelanggan. Untuk investor, pendapatan tidak seberapa penting dibanding dengan keuntungan yang merupakan jumlah dari uang yang telah diterima setelah dikurangi pengeluaran.

Dalam pertumbuhan suatu pendapatan adalah indikator yang penting dari penerimaan pasar dari sebuah produk dan jasa perusahaan tersebut. Pertumbuhan pendapatan yang secara konsisten, serta pertumbuhan keuntungan, dianggap penting

¹⁰ Ratna Sukmayanti, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta: PT Galaxy Puspa Mega, 2008), h. 117

¹¹ Slamet Sugiri dan Sumiyana, *Akuntansi Keuangan Menengah*, Eds. Rev, (Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan 2005), hal.18

bagi perusahaan yang dijual kepada publik lewat saham untuk menarik investor.

Pengertian Pendapatan Menurut Para Ahli Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia dalam buku “Standar Akuntansi Keuangan” Pendapatan merupakan arus masuk bruto dari suatu manfaat ekonomi yang muncul dari aktivitas normal perusahaan dalam waktu satu periode jika arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Menurut Theodurus M.Tuanakotta dalam buku “Teori Akuntansi” Pendapatan secara umum didefinisikan sebagai hasil dari suatu perusahaan. Pendapatan merupakan darah kehidupan dari perusahaan. Begitu pentingnya sangat sulit untuk mendefinisikan sebuah pendapatan sebagai unsur akuntansi pada diri sendiri. Pada dasarnya pendapatan merupakan kenaikan laba, seperti laba pendapatan ialah sebuah proses arus penciptaan barang dan/atau jasa oleh perusahaan selama kurun waktu tertentu. Pada umumnya, pendapatan dinyatakan dalam satuan uang (*moneter*).

1. Pendapatan Nasional Terhadap Luar Negri
2. Pendapatan Nasional Terhadap Luar Negri
3. Menurut Theodorus. M. Tuanakotta dalam buku “Teori Akuntansi”
4. Pendapatan merupakan inflow of assets ke dalam perusahaan untuk akibat penjualan barang dan/atau jasa.

Menurut Kusnadi dalam buku “Akuntansi Keuangan Menengah (*Intermediate*): Prinsip, Prosedur, dan Metode. Pendapatan merupakan penambahan aktiva yang dapat mengakibatkan bertambahnya modal namun bukan dikarenakan penambahan modal dari pemilik atau bukan hutang namun melainkan melalui penjualan barang dan/atau jasa terhadap pihak lain, sebab pendapatan tersebut bisa dikatakan sebagai kontra perstasi yang didapatkan atas jasa-jasa yang sudah diberikan kepada pihak lain.¹²

2. Konsep Pendapatan

pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatrumah tangga selama priode tertentu. Pendapatan merupakan konsep aliran (*flow concept*). Ada tiga sumber penerimaan rumah tangga yaitu:

3. Karakteristik Pendapatan

Beberapa karakteristik pendapatan yang saling terkait adalah sebagai berikut:

- a. pendapatan merupakan aliran masuk kas (atau yang *ekuivalen*) yang sesungguhnya telah terjadi atau diharapkan akan terjadi. Perbagai aktiva yang meningkat karna pendapatan meliputi, antara lain, kas, klaim kepada pelanggan, barang atau jasa lain yang diterima, ataupun nilai produk yang meningkat karna produksi.
- b. pendapatan boleh jadi merupakan penyelesaian kewajiban, yakni penyerahan barang/ jasa kepada pelanggan yang pada

¹² <http://www.gurupendidikan.com/pengertian-pendapata-menurut-para-ahli-beserta-jenisnya> di unduh pada 16 april 2017 22:30 WIB

waktu sebelumnya telah memberi uang muka (*persekot*) kepada perusahaan. Jika karena suatu hal, perusahaan tidak dapat memenuhi penyerahan barang/ jasa kepada pelanggan tadi, kemudian perusahaan mengembalikan uang muka kepada pelanggan, maka kembalian uang muka itu juga penurunan kewajiban. Namun, penurunan kewajiban tersebut bukanlah pendapatan.

- c. pendapatan berasal dari penjualan produk/ jasa yang dijual oleh perusahaan dalam kegiatan normalnya. Jadi, pendapatan tidak diperoleh dari pelepasan aset produktif, seperti gedung dan mesin pabrik. Elemen pendapatan terdapat baik dalam perusahaan bisnis maupun dalam organisasi nonbisnis.¹³

4. Proses Pendapatan

Terdapat dua konsep yang erat hubungannya dengan proses pendapatan, yakni konsep proses pembentukan pendapatan (*Earning Process*) dan proses realisasi pendapatan (*Realization Process*).

- a. Proses pembentukan pendapatan (*Earnings Process*)

Proses pembentukan pendapatan (*Earning Process*) adalah suatu konsep tentang terjadinya pendapatan. Konsep ini berdasarkan pada asumsi bahwa semua kegiatan operasi yang diperlukan dalam rangka mencapai hasil akan selalu memberikan kontribusi terhadap hasil akhir pendapatan berdasarkan perbandingan biaya yang terjadi sebelum perusahaan tersebut melakukan kegiatan produksi. Kegiatan

¹³ Slamet Sugiri dan Sumiyana, *Akuntansi Keuangan Menengah*, Eds. Rev, (Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan 2005), hal.18

operasi yang dimaksud dalam pengertian di atas adalah kegiatan yang meliputi semua tahap kegiatan produksi, pemasaran, maupun pengumpulan piutang.

b. Proses realisasi pendapatan (*Realization Process*)

Proses realisasi pendapatan (*Realization Process*) adalah proses pendapatan yang terhimpun atau terbentuk sesudah produk selesai dikerjakan dan terjual atas kontrak penjualan. Proses realisasi pendapatan (*Realization Process*) dimulai sejak tahap terakhir kegiatan produksi yaitu pada saat barang atau jasa dikirimkan atau diserahkan kepada pelanggan. Jika kontrak penjualan mendahului produksi barang atau jasa, maka pendapatan belum dapat dikatakan terjadi karena belum terjadi proses penghimpunan pendapatan.

5. Jenis- Jenis Pendapatan

a. Pendapatan Operasi

Pendapatan operasi didapatkan dari dua sumber yakni:

1) Penjualan kotor

penjualan sebagaimana yang telah tercantum pada faktur atau jumlah awal pembebanan sebelum dikurangi penjualan return serta potongan penjualan.

2) Penjualan bersih

penjualan yang didapat dari penjualan kotor serta dikurangi return penjualan dan ditambah potongan penjualan lainnya.

b. Pendapatan non operasi

didapatkan dari dua sumber yaitu:

1) Pendapatan sewa

merupakan sebuah pendapatan yang didapatkan perusahaan sebab sudah menyewakan aktivitya untuk perusahaan lain.

2) Pendapatan bunga

merupakan suatu pendapatan yang didapat atau diterima sebab telah meminjamkan uangnya kepada pihak lainnya.¹⁴

6. Ayat yang Didukung Teori

Konsep pertukaran dalam islam adalah suka sama suka atau rela dengan terjadinya pertukaran tersebut dengan tujuan agar terhindar dari keharaman jual beli dan tidak ada pihak yang merasa terpaksa atas transaksi tersebut.

Rasulullah SAW adalah seorang pedagang menjunjung tinggi keadilan dan kejujuran maka dari itu beliau dijuluki al-amin (yang dipercaya). Nabi Muhammad SAW mulai belajar menjadi pedagang yaitu pada umur tujuh tahun, ketika ia diajak oleh pamannya Abu Thalib untuk pergi berdagang ke negeri syam. Cara berdagang Rasulullah SAW ini seharusnya menjadi contoh bagi umatnya, dimana kunci utama beliau dalam berdagang adalah jujur dan terbebas dari unsur-unsur keharaman.

Namun ketika itu bangasa arab merasa aneh dan merasa bahwa tidak sepatasnya seorang nabi mempunyai aktivitas di pasar, apalagi untuk berdagang, padahal Allah SWT berfirman :

¹⁴<http://www.gurupendidikan.com/pengertian-pendapatan-menurut-para-ahli-beserta-jenisnya> di unduh pada 24 oktober 2016 pukul 20:05 WIB

وَقَالُوا مَا لِهَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي

الْأَسْوَاقِ لَوْلَا أَنْزَلَ إِلَيْهِ الْمَلَكُ فَيَكُونُ مَعَهُ نَذِيرًا ﴿٧﴾

"Dan mereka berkata, "mengapa Rasul (Muhammad) ini memakan makann dan berjalan di pasar-pasar? Mengapa malaikat tidak diturunkan kepadanya (agar malaikat) itu memberikan peringatan bersama dia". (QS. Al-Furqon: 7)

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ

الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ

فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا ﴿٢٠﴾

"Dan Kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. Dan kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain. Maukah kamu bersabar? Dan adalah tuhanmu maha melihat" (Al-Furqan : 20)

Selain itu, Al-Qur'an juga mengoreksi kesalahan persepsi bangsa arab mengenai hukum larangan berdagang dan melakukan kegiatan ekonomi lainnya pada musim haji, Allah SWT berfirman :

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا

أَفْضْتُمْ مِّنْهُ عَرَفْتُمْ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۗ

وَأَذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ

الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu, Maka apabila kamu telah bertolak dari’ Arafat, berzikirlah (dengan menyebut nama Allah) sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang sesat.”. (Al-Baqarah : 198)

7. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kegiatan mendata dan mengevaluai seluruh hasil studi atau penelitian terutama pada sekripsi yang lebih dulu membahas fokus yang sama dalam ringkasan tersebut, hasil-hasil penelitian sebelumnya ini dapat di jadikan bahan referensi untuk penelitian yang akan di lakukan ini.

No	Nama Peneliti	Judul Peneitian	Hasil Penelitian
1	Siti Kholiypah (2013)	Pengaruh lokasi dah harga terhadap kepuasan pembelian menurut ekonomi islam.	Metode yang digunakan dalam analisis ini adalah metode deskriptif dan desain kausal. Selanjutnya digunakan metode SPSS 16,0. Hasil analisis regresi menghasilkan persamaan regresi $Y=2.932 + 0.843 x_1 - 1.051 + e$. Nilai

			hitung $>$ f_{tabel} ($83.059 > 3.10$) maka dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_a di terima, yang berarti dapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dan harga terhadap kepuasan pembelian. ¹⁵
2	Abdul Rojak (2009)	Pengaruh Lokasi Usaha dan jam kerja terhadap pendapatan usaha pekerja sektor informal (Studi kasus pada pedagang kaki lima di peron stasiun kereta api JABODETABE K)	Uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dengan menggunakan <i>pearson correlation</i> , dan uji reliabilitas menggunakan <i>cronbach alpha</i> serta uji hipotesis dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t. Hasil dari uji realibilitas pada lokasi usaha sebesar 0,833 sedangkan jam kerja sebesar 0,693 dan

¹⁵Siti Kholiyah, *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pembeli Menurut Ekonomi Islam* (Studi kasus : Carfoor Serang Banten) (Serang : IAIN "SMH" Banten.2013)

			pendapatan sebesar 0,754. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi usaha dan jam kerja secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan dengan nilai signifikan sebesar 0,000. ¹⁶
--	--	--	--

8. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara , dan arti sesungguhnya belum bernilai (mencapai) sebagai suatu tesis yang belum diuji kebenarannya. Tujuan pengujian hipotesis adalah untuk menentukan apakah jawabab teoritis tersebut telah tertuang dalam pernyataan hipotesis yang didukung dengan fakta-fakta di kumpulkan dan dianalisis yang kemudian diproses melalui pengujian secara ilmiah.¹⁷

H₀: Di duga tidak terdapat pengaruh lokasi bisnis terhadap peningkatan penjualan

H_a: Di duga terdapat pengaruh lokasi bisnis terhadap peningkatan penjualan.

¹⁶<http://Repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/15547>, di unduh pada 12 April 2017 pukul 13:27 WIB.

¹⁷Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 171.