

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam menganjurkan manusia untuk bekerja atau berniaga, dan menghindari kegiatan meminta-minta dalam mencari harta kekayaan. Manusia memerlukan harta kekayaan sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari termasuk untuk memenuhi sebagian perintah Allah seperti infak, zakat, pergi haji, perang, dan sebagainya.<sup>1</sup> Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pada diri manusia terdapat kebutuhan-kebutuhan yang ada saatnya membentuk tujuan-tujuan yang hendak dicapai tujuan-tujuan itu, orang terdorong melakukan suatu aktivitas yang dikenal sebagai kerja. Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ مِقْدَمِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ، قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : مَا أَكَلَ أَحَدٌ  
طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ، وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ  
عَمَلِ يَدِهِ (رواه البخاري)

*“Dari miqdam ra, berkata, bahwa Nabi saw, bersabda: Seseorang tidak memakan suatu makanan yang lebih baik daripada dia memakan hasil usaha tangannya sendiri. Dan sesungguhnya Nabi Daud as, selalu memakan hasil usaha tangannya sendiri (H.R Bukhari)<sup>2</sup>*

Dalam kitab suci Al-quran telah begitu jelas bahwa langit dan apa yang terdapat di bumi (baik di daratan maupun di lautan) adalah mutlak milik Allah yang

---

<sup>1</sup>Sri Nurhayati, Akuntansi Syariah Diindonesia, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 66

<sup>2</sup> Hadits tersebut Rawinya al-Bukhari seperti dikutip oleh Sohari, dkk, dalam *Hadis Tematik*, (Jakarta: Diadit Media, 2006), h..81.

diperuntukkan untuk dimanfaatkan, dilestarikan dan diberdayakan demi kepentingan manusia.

Firman Allah Swt:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

*Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu. (QS, Al-Baqoroh, 2:29)*<sup>3</sup>

Tujuan ekonomi membawa kepada konsep *al-falah* (kejayaan) didunia dan akhirat sedangkan ekonomi sekuler untuk kepuasan didunia saja. Ekonomi Islam meletakkan manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini dimana segala bahan-bahan yang ada dibumi dan langit diperuntukkan untuk manusia<sup>4</sup>. Islam menganggap kerja sebagai cara yang paling utama untuk mencari rezeki dan tiang pokok produksi. Sesungguhnya Allah akan memberikan kepada orang muslim yang bekerja suatu kehidupan yang baik dan sesungguhnya Allah akan memberikan balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.<sup>5</sup> Tujuan produksi semata-mata hanya untuk menggapai keuntungan dunia dan akhirat. Keuntungan akhirat diperoleh bila seseorang dalam bekerja dan berproduksi semata-mata hanya sebagai bagian perintah dari agama tentang kerja. Sementara kebahagiaan

<sup>3</sup> Tubagus Najib Al-Bantani, Al-Quran Mushaf Al-Bantani, Yang Di Terbitkan Oleh Majelis Ulama Al-Bantani Provinsi Banten (Lembaga Percetakan Al-Quran Agama RI, 2010), h. 5

<sup>4</sup> Mustafa Edwin Nasution, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 9

<sup>5</sup> Abdul Azis, Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h.

dunia akan mendapatkan keuntungan dan kepuasan batin mampu menciptakan sesuatu yang berguna baik untuk sendiri maupun orang lain, juga memperoleh pendapatan (*laba atau propit*).<sup>6</sup> Laba adalah selisih positif antara pendapatan dikurangi beban (*expenses*), yang merupakan dasar ukuran kinerja bagi kemampuan manajemen dalam mengoperasikan harta perusahaan. Laba harus direncanakan dengan baik agar manajemen dapat mencapainya secara efektif. Sebelum dibuat perencanaan laba terlebih dahulu dibuat peramalan penjualan dan peramalan harga, dan diadakan klasifikasi biaya semi variabel adalah untuk menetapkan perilaku biaya kedalam biaya tetap dan biaya variabel, selanjutnya untuk memudahkan perencanaan laba.<sup>7</sup>

Laba dapat dibagi menjadi dua, yaitu laba bisnis atau yang biasa disebut dengan laba akuntansi dan laba ekonomi. Bagi masyarakat umum dan komunitas bisnis, Laba Bisnis (*Business Profit*) yang berarti kelebihan dari harga akhir yang dibayar individu atau lembaga lain atas output perusahaan di atas biaya yang dikeluarkan, mengacu kepada penerimaan perusahaan dikurangi biaya eksplisit atau biaya akuntansi perusahaan. Biaya eksplisit (*Explicit Costs*) adalah biaya yang benar-benar dikeluarkan dari kantong perusahaan untuk membeli atau menyewa input yang dibutuhkan oleh produksi. Pengeluaran ini meliputi upah untuk menyewa tenaga kerja, bunga untuk modal pinjaman, sewa tanah dan gedung, dan pengeluaran untuk bahan mentah. Sedangkan Laba ekonomi (*Economic Profit*) sama dengan penerimaan perusahaan dikurangi biaya eksplisit dan biaya implisit. Biaya implisit

---

<sup>6</sup> Abdul Aziz. *Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro*.....h.62

<sup>7</sup> Darsono Prawironegoro, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Diadit Media, 2005), h. 50.

(*Implicit Costs*) mengacu kepada nilai input yang dimiliki dan dipergunakan perusahaan untuk proses produksi sendiri.<sup>8</sup>

Secara spesifik, implisit meliputi gaji pengusaha yang dapat diperoleh bila dia bekerja dengan orang lain dalam kapasitas yang sama (misalnya, sebagai manajer perusahaan lain) dan hasil yang dapat diperoleh perusahaan dari menginvestasikan modal dan menyewa lahan dan milik perusahaan lain. Input yang dimiliki dan dipergunakan oleh perusahaan untuk proses produksinya sendiri tidak gratis dipakai oleh perusahaan, meskipun perusahaan dapat mempergunakan masukan tersebut tanpa ada pengeluaran yang aktual atau eksplisit. Biaya implisit dari input tersebut adalah hasil yang diperoleh bila input tersebut dipergunakan pada alternatif yang terbaik diluar perusahaan.<sup>9</sup>

Berdasarkan hal ini, para ekonom memasukkan baik biaya eksplisit maupun implisit kedalam definisi pembiayaan. Jadi, mereka memasukkan hasil normal sumber daya yang dimiliki sebagai bagian dari biaya, sehingga laba ekonomi adalah penerimaan dikurangi biaya eksplisit dan implisit. Bila konsep laba bisnis dapat berguna untuk tujuan akuntansi dan pajak, maka untuk mencapai keputusan investasi yang benar konsep keuntungan ekonomi yang dipergunakan.<sup>10</sup>

Laba ekonomi mencakup tiga tahap, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>8</sup> Dominick, Salvatore, *Managerial Economic dalam perekonomian*, penterjemah: ichsan setyo budi, (Jakarta: Salemba, 2005), h.14

<sup>9</sup> Dominick Salvatore, *Managerial Economic dalam perekonomian*, ... .., h. 14.

<sup>10</sup> Dominick Salvatore, *Managerial Economic dalam perekonomian*, ... .., h. 14.

- a. *Physical Income*, yaitu konsumen barang dan jasa pribadi yang sebenarnya memberikan kesenangan fisik dan pemenuhan kebutuhan. Laba jenis ini tidak dapat diukur.
- b. *Real Income*, adalah ungkapan kejadian yang memberikan peningkatan terhadap kesenangan fisik. Ukuran yang dapat digunakan untuk *real income* ini adalah “biaya hidup” (*cost of living*). Dengan kata lain kepuasan timbul karena kesenangan fisik yang timbul dari keuntungan yang diukur dengan pembayaran uang yang dilakukan untuk membeli barang dan jasa sebelum dan sesudah dikonsumsi.
- c. *Money Income*, merupakan hasil uang yang diterima dan dimaksudkan untuk konsumsi dalam memenuhi kebutuhan hidup. menurut Fischer, *Money Income* lebih dekat pada pengertian akuntansi tentang *income*. Lindahl menganggap konsep laba sebagai *interest*, yaitu merupakan penghargaan yang terus menerus terhadap barang modal sepanjang waktu. Perbedaan antara *interest* dengan konsumsi yang diharapkan pada periode tertentu, dianggap sebagai *saving* sehingga laba dianggap sebagai konsumsi ditambah *saving*.<sup>11</sup>

Seperti halnya pendapatan dan biaya, untuk keperluan manajemen, laba dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a. Laba total (Total Profit, TP)

---

<sup>11</sup> Sofyan Syafri Harahap, *Teori Akuntansi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), h. 301.

Laba total adalah jumlah seluruh laba dari penjualan. Total profit adalah selisih dari total revenue dengan total cost. Laba total ini juga dapat di cari melalui hasil kali dari jumlah unit yang terjual ( $Q$ ), dengan keuntungan rata-rata (perunit).

b. Laba rata-rata atau laba perunit barang dan jasa (average profit, AP)

Laba rata-rata adalah rata-rata laba yang didapat dari setiap unit penjualan, oleh karena itu, maka laba rata-rata (AP) dapat juga dirumuskan sebagai hasil bagi dari laba total (TP) dengan jumlah unit yang terjual ( $Q$ ).

c. Laba tambahan atau laba marginal (Marginal Profit, MP).

Laba tambahan adalah tambahan laba yang didapat untuk setiap tambahan satu unit penjualan atau produksi. Dengan demikian, laba tambahan (Marginal Profit) adalah selisih dari tambahan pendapatan (Marginal Revenue, MR), dengan tambahan biaya (marginal cost, MC). Karena tambahan bias terjadi pada setiap tingkatan produksi, namun penjualan, maka laba tambahan ini berbeda untuk setiap tingkatan produksi.<sup>12</sup>

Laba memiliki fungsi penting dalam suatu perekonomian perdagangan bebas, laba yang tinggi merupakan tanda bahwa konsumen menginginkan output industri lebih banyak. Laba yang tinggi memberikan insentif bagi perusahaan untuk

---

<sup>12</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 189.

meningkatkan output dan lebih banyak perusahaan akan masuk ke industri dalam jangka panjang. Untuk perusahaan yang efisiensinya di atas rata-rata, laba merupakan ganjaran dari efisiensi yang lebih besar tersebut. Sebaliknya, laba yang lebih rendah atau kerugian merupakan tanda bahwa konsumen menginginkan komoditas lebih sedikit dan/atau metode produksi tidak efisien. Jadi, keuntungan memberikan insentif bagi sebagian perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan/atau memproduksi komoditas lebih sedikit, dan bagi sebagian perusahaan yang lain untuk meninggalkan industri dan masuk ke industri yang lebih menguntungkan. Oleh karena itu, laba memberikan sinyal yang penting untuk realokasi sumber daya yang dimiliki masyarakat sebagai cerminan perubahan dalam selera konsumen dan permintaan sepanjang waktu. Sistem laba sering kali tidak sempurna, dan pemerintah dalam ekonomi perdagangan bebas sering kali turun tangan untuk membenahi jalannya sistem laba tersebut agar lebih konsisten dengan tujuan sosial yang lebih luas.<sup>13</sup>

Motivasi utama kegiatan bisnis adalah untuk memperoleh laba yang dihasilkan sebagai pembeda antara penghasilan dan biaya-biaya yang di keluarkan. Dalam bisnis pengusaha harus dapat melayani pelanggan dengan cara yang menguntungkan untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, selain harus mengetahui kesempatan-kesempatan baru untuk memuaskan keinginan pembeli.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Dominick Salvatore, *Managerial Economic dalam perekonomian*, ... .., h. 17.

<sup>14</sup> Husein Umar. *Business An Introduction* . penerjemah Adi K, (Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 4

Dalam perusahaan pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal.

Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi. Dalam peranan strateginya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua masalah pokok.

Pertama bisnis apa yang digeluti perusahaan pada saat ini dan jenis perusahaan apa yang dapat dimasuki dimasa mendatang. Kedua bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan kompetitif atas dasar persepektif produk, harga, promosi, dan distribusi untuk melayani pasar sasaran.<sup>15</sup>

Dalam pemasaran permintaan menjadi perhatian karena akan menentukan jenis dan jumlah produk yang harus diproduksi. Permintaan adalah jumlah barang yang diminta atau dibutuhkan konsumen yang mempunyai kemampuan untuk membeli pada berbagai tingkat harga untuk mengetahui dan memperkirakan permintaan pasar, perusahaan perlu mengetahui jumlah permintaan pasar saat ini dan permintaan pasar masa depan. Informasi ini perlu untuk membuat rencana pemasaran yang tepat.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2008) h.5

<sup>16</sup> Rika Ampuh Hadiguna, *Manajemen Pabrik, Pendekatan Sistem Untuk Efisien Dan Efektivitas*, (Jakarta: PT. Bumi Perkasa, 2009), h. 22



Kemampuan perusahaan untuk bisa bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat mengharuskan operasionalisasi berlangsung dengan efisien dan efektif. Perancangan dan pengembangan produk perlu memperhatikan hal ini sejak awal. Dinamika lingkungan bisnis memberikan dampak pada perubahan selera dan preferensi konsumen. Konsekuensinya, perusahaan perlu memandang perubahan situasi bisnis ini dengan inovasi dan kreativitas. Tujuannya adalah menyempurnakan produk yang telah ada dan atau mengembangkan produk baru dalam rangka bersaing, mempertahankan kelangsungan hidup, dan profitabilitas perusahaan.<sup>17</sup>

Keluaran utama dari rangkaian perusahaan adalah produk, pada prinsipnya, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk dimiliki atau dikonsumsi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Pada dasarnya setiap produk yang ditawarkan bukan hanya untuk menjual fisiknya saja, tetapi untuk menjual kebutuhan dan manfaat yang terkandung didalam produk tersebut.<sup>18</sup>

Produksi dalam suatu perusahaan merupakan suatu kegiatan yang cukup penting, bahkan didalam berbagai macam pembicaraan, dikatakan bahwa produksi adalah merupakan dapurnya perusahaan tersebut. Apabila kegiatan produksi dalam suatu perusahaan terhenti, maka kegiatan dalam perusahaan akan ikut terhenti pula karenanya.

---

<sup>17</sup> Rika Ampuh Hadiguna. Manajemen Pabrik, Pendekatan Sistem Untuk Efisien Dan Efektivitas...h.59

<sup>18</sup> Rika Ampuh Hadiguna. Manajemen Pabrik, Pendekatan Sistem Untuk Efisien Dan Efektivitas,...h. 56

Demikian pula seandainya terdapat berbagai macam hambatan yang mengakibatkan tersendatnya kegiatan produksi dalam suatu perusahaan, maka kegiatan didalam perusahaan tersebut akan terganggu pula. Demikian pentingnya kegiatan produksi dalam suatu perusahaan ini sehingga dengan demikian sudah menjadi hal yang sangat umum jika perusahaan-perusahaan akan selalu memperhatikan kegiatan produksi dalam perusahaannya.

Pada waktu-waktu yang telah lalu perusahaan belum banyak berfikir tentang adanya permintaan atau tuntunan pelayanan yang baik dari para konsumen perusahaan tersebut.

Hal ini disebabkan pada saat-saat tersebut, jumlah perusahaan yang belum begitu banyak yang berakibat belum banyaknya produk dan jasa yang ditawarkan kepada para konsumen, maka setiap produk dan jasa yang ditawarkan oleh para produsen akan diterima oleh para konsumen walaupun sebenarnya kondisi produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan belum memadai apabila dibandingkan dengan berbagai macam persyaratan-persyaratan yang diminta oleh para konsumen.<sup>19</sup>

Dalam ajaran islam memproduksi bukanlah sekedar untuk dikonsumsi sendiri atau dijual di pasar. Tetapi secara khas Islam menekankan bahwa setiap kegiatan produksi harus mewujudkan fungsi sosial, ini tercermin dalam Qs. Al-Hadiid(57) ayat 7 yang berbunyi :

---

<sup>19</sup> Neni Chaerunisa, "Peranan Pengawasan Mutu Produk Minuman Ringan Terhadap Volume Produksi Ditinjau Dari Hukum Islam ;Studi Kasus Di PT.Limaheksa Perkasa Padarancang"(Skripsi Pada Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN SMH Banten, 2008), h. 3

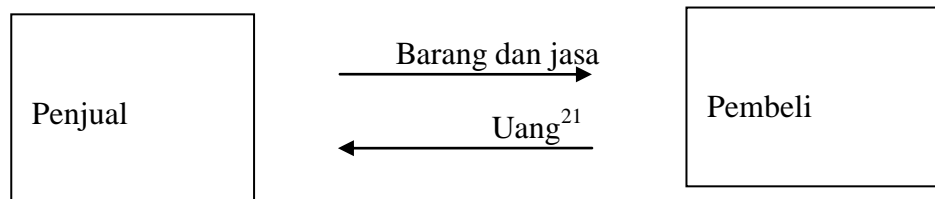
ءَامِنُوا بِاللّٰهِ وَرَسُوْلِهِ ۗ وَاَنْفِقُوْا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُّسْتَخْلَفِيْنَ فِيْهِ ۗ فَالَّذِيْنَ ءَامَنُوْا مِنْكُمْ  
وَاَنْفَقُوْا لَهُمْ اَجْرٌ كَبِيْرٌ ﴿٥٧﴾

artinya : *Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman diantara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar Qs.Al-Hadiid(57)ayat 7<sup>20</sup>.*

Dalam hal ini bisnis atau perdagangan yang dikemukakan adalah mengenai penjualan produk aluminium.adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan/atau jasa antara penjual dengan pembeli. Di dalam perekonomian kita (ekonomi uang), seseorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang. Dengan alat penukar berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi keinginannya; dan penjualan menjadi lebih mudah dilakukan. Jarak yang jauh tidak menjadi masalah bagi penjual. Secara sederhana, transaksi penjual yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dapat dilihat sebagai proses pertukaran

**Gambar 1.1**

**Proses transaksi antara pembeli dan penjual**



<sup>20</sup> Tubagus Najib Al-Bantani, Al-Quran mushaf Al-Bantani, ...h. 538

<sup>21</sup> Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, (Yogyakarta: BPFE, 1998), h. 9

Semakin pandai seseorang untuk menjual akan semakin cepat pula mencapai sukses dalam melaksanakan tugas-tugasnya, sehingga tujuan yang diinginkan akan segera terlaksana. Dalam segala bidang dan tingkatan, taktik penjualan harus digunakan agar pelayanan yang diberikan kepada orang lain dapat memberikan kepuasan. Dengan kepuasan ini diharapkan mereka dapat menjadi langganan atau sahabat yang baik.<sup>22</sup>

Namun terlepas dari hal-hal tersebut, secara umum manusia dan potensinya merupakan elemen utama keberhasilan suatu bisnis, dan bagaimana sumber manusia dalam berjualan, keterampilan, pengetahuan, kejujuran dan pengalaman dapat dioptimalisasikannya. Berdasarkan fenomena tersebut maka penulis tertarik untuk mengamati masalah pemasaran dan akan mengkaji lebih dalam lagi tentang: “Pengaruh biaya pemasaran terhadap pendapatan perusahaan ditinjau dari ekonomi islam”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas rumusan masalahnya adalah sebagai berikut

1. Apakah Biaya Pemasaran Berpengaruh Terhadap Pendapatan Perusahaan Cv. Karya Jaya Pandeglang ?

---

<sup>22</sup> Basu Swastha, *Manajemen Penjualan*,...h. 9

2. Seberapa besar Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Pendapatan Perusahaan Cv. Karya Jaya Pandeglang ?
3. Bagaimana Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Pendapatan Perusahaan Ditinjau Dari Ekonomi Islam ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Pendapatan Perusahaan,Cv. Karya Jaya Pandeglang
2. Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Pendapatan Cv. Karya Jaya Pandeglang
3. Untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Pendapatan Perusahaan Ditinjau Dari Ekonomi Islam

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau referensi untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dalam dunia pendidikan.
2. Manfaat bagi perusahaan yaitu diharapkan informasi tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam usaha kusen Alumunium dalam

bidang produksi di masa yang akan datang dan sebagai masukan bagi perusahaan untuk dapat lebih meningkatkan dan mengembangkan eksistensinya terutama dalam hal pemasaran

3. Khususnya untuk penulis menambah pengetahuan dalam manajemen pemasaran dan manajemen produk yaitu yang berkaitan dengan biaya pemasaran terhadap pendapatan perusahaan

### **E. Kerangka Pemikiran**

Besarnya perolehan pendapatan perusahaan salah satunya didominasi oleh kegiatan pemasaran. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran mempengaruhi pendapatan perusahaan.

Perusahaan pada umumnya, dinyatakan dalam kemampuan memperoleh laba, dari pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar. Kegiatan penjualan harus mencapai kesepakatan kedua belah pihak kesepakatan ini sangat diperlukan dalam transaksi islami, karena dengan kesepakatan maka mencerminkan adanya keridhoan antara penjual dan pembeli, firman Allah SWT:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ ... ﴿١٦٨﴾

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu....(QS. Annisa: 29)*<sup>23</sup>

Hal tersebut merupakan langkah awal bagi perusahaan untuk melakukan perencanaan strategi pemasaran baik ditingkat pusat, maupun ditingkat bisnis dan tingkat produksi. Setelah rencana strategi pemasaran ditetapkan, Pemasaran yang akan dirumuskan harus disesuaikan dengan kondisi obyektif yang dimiliki dan mengitarinya dan sesuai dengan kebutuhan target yang akan dituju baik jangka pendek maupun jangka panjang, baik secara global maupun lokal. Strategi pemasaran yang dirinci perkomponen pemasaran terdiri dari *product, price, promosi* dan *distribusi* diorientasikan pada dibangunnya *trust* dari konsumen terhadap perusahaan.<sup>24</sup> Fungsi pemasaran adalah suatu kegiatan pemasaran yang memerlukan pengeluaran biaya, biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk tunai, contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang, gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran.<sup>25</sup> Biaya pemasaran memiliki karakteristik yang berbeda dengan biaya produksi. Dalam biaya pemasaran terdapat biaya tidak langsung dan biaya bersama (*joint cost*) yang lebih sulit pemecahannya bila dibandingkan dengan yang terdapat dalam biaya

---

<sup>23</sup>Tubagus Najib Al-Bantani, Al-Quran Mushaf Al-Bantani...h, 107

<sup>24</sup>Muslich, *Bisnis Syari'ah Persefektif Mu'amalah Dan Manajemen*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2007), h. 217

<sup>25</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi Kelima*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN), h.487

produksi. Jika perusahaan menjual berbagai macam produk dengan cara distribusi yang berbeda-beda diberbagai daerah pemasaran, maka akan menimbulkan masalah biaya bersama (*joint cost*).<sup>26</sup>

Tujuan perusahaan adalah mencari keuntungan. Keuntungan atau laba yang diperoleh merupakan selisih antara pendapatan dan biaya. Dalam mencari keuntungan dalam syariat islam tidak diperbolehkan melakukan praktek kotor dalam jual beli sebagaimana firman Allah Dalam surat Al-Baqarah Ayat: 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

*Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri sendiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila, keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Maka baginya apa yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan): dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali*

<sup>26</sup>Mulyadi, Akuntansi Biaya...h. 490



(mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya<sup>27</sup>

Pendapatan merupakan bertambahnya harta atau berkurangnya kewajiban sebagai akibat dari hasil usaha perusahaan dengan belum dikurangi oleh beban operasional.<sup>28</sup>

Dalam teori maksimalisasi laba, laba atau keuntungan adalah penerimaan total perusahaan dikurangi biaya total yang dikeluarkan perusahaan.<sup>29</sup>

Secara sederhana, keuntungan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

Laba= R-C. Dimana R (*Revenue*) adalah pendapatan yang dihasilkan dari perkalian antara harga jual perunit barang (P)dengan jumlah barang yang terjual (Q) dan C(cost) adalah biaya dalam melakukan kegiatan pemasaran.

Dengan demikian besarnya perolehan pendapatan suatu perusahaan didominasi oleh kegiatan pemasaran produk, sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya pemasaran mempengaruhi pendapatan perusahaan.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan ini adalah suatu gambaran kecil (*miniature*) dari keseluruhan karya ilmiah atau skripsi ini, hal ini dimaksudkan untuk memberikan

---

<sup>27</sup>Hasbi Ash-Shiddiqi, dkk, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: CV. Toha Putra, 1989), h. 69

<sup>28</sup>Agustin Srisulandri, *Buku Ajar Ekis*, (Surakarta: Citra Pustaka,2006), h. 19

<sup>29</sup>Pratama Raharja, Dkk, *pengantar ilmu ekonomi (mikroekonomi dan makroekonomi)*, (jakarta: LP-FEUI, 2002), h. 133

kemudahan baik bagi penulis dalam membuatnya dan juga memudahkan para pembaca untuk mempelajarinya. Dalam sistematika pembahasan ini penulis membaginya kedalam lima bab, yaitu:

Bab I Membahas pendahuluan, yang meliputi, latar belakang masalah, Rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, dan sistematika penulisan.

Bab II Membahas kajian pustaka , yang meliputi, biaya pemasaran, pengertian biaya pemasaran, strategi pemasaran, fungsi pemasaran dalam bisnis syariah, teori pendapatan, pengertian pendapatan, distribusi pendapatan dalam islam, siklus aliran pendapatan, hipotesis.

Bab III Membahas metode penelitian, yang meliputi, ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, teknik analisis data, operasional variabel penelitian.

Bab IV Pembahasan hasil penelitian, yang meliputi, gambaran umum objek penelitian, pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup, pada bab akhir ini, penulis memberikan kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Serta saran-saran yang dapat penulis sampaikan dan rekomendasi.