

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Modal

a. Pengertian modal

Menurut ahli ekonomi modal adalah kekayaan perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan produksi selanjutnya. Sedangkan pengusaha berpendapat bahwa modal adalah nilai buku dari surat berharga.¹

Modal merupakan faktor produksi yang mempunyai pengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau output, secara makro modal merupakan pendorong besar untuk meningkatkan investasi baik secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi, sehingga mampu mendorong kenaikan produktivitas dan output.²

Menurut Meij modal adalah sebagai kolektivitas dari barang-barang modal yang terdapat dalam neraca sebelah debet, yang dimaksud dengan barang-barang modal adalah semua barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dalam fungsi produktifitasnya untuk membentuk pendapatan.³

Para ekonom menggunakan istilah modal atau capital untuk mengacu pada stok berbagai peralatan dan struktur yang digunakan dalam proses produksi. Artinya, modal ekonomi mencerminkan akumulasi barang yang

¹ Suyadi Prawirosentono, , hlm.107.

² Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 17.

³ Bambang Riyanto, *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. (Yogyakarta: BPFE, 20010, hlm. 18.

dihasilkan di masa lalu yang sedang digunakan pada saat ini untuk memproduksi barang dan jasa yang baru. Modal ini antara lain peralatan, mesin, angkutan, gedung dan bahan baku.⁴

b. Modal Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Modal dalam konsep ekonomi Islam berarti semua harta yang bernilai dalam pandangan syar'i, dimana aktivitas manusia ikut berperan serta dalam usaha produksinya dengan tujuan pengembangan. Uang merupakan modal serta salah satu faktor produksi yang penting, tetapi bukan yang terpenting karena manusia menduduki tempat di atas modal yang disusul oleh sumber daya alam. Pandangan ini berbeda dengan pandangan sementara pelaku ekonomi modern yang memandang uang segala sesuatu, sehingga tidak jarang manusia atau sumber daya alam dianiaya atau ditelantarkan⁵.

Modal dalam sistem ekonomi Islam diharuskan terus berkembang agar sirkulasi uang tidak berhenti. Dikarenakan jika uang atau modal terhenti maka harta itu tidak akan mendatangkan manfaat bagi orang lain, namun seandainya jika uang diinvestasikan dan digunakan untuk melakukan bisnis maka uang tersebut akan mendatangkan manfaat bagi orang lain, termasuk diantaranya jika ada bisnis yang berjalan maka akan bisa menyerap tenaga kerja.⁶

Sebagaimana Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-baqarah: 279 yang berbunyi sebagai berikut:

⁴ Gregory N. Mankiw, *Principles of economics (Pengantar Ekonomi Mikro)* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 501.

⁵ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 122.

⁶ Aswad, *Kontribusi Pemikiran Ekonomi Islam Ibnu Khaldun dengan Pemikiran Ekonomi Modern* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 112.

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ
 رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٦﴾

Artinya: *Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.*

Ayat ini menjelaskan bahwa meneruskan hidup dengan riba setelah menjadi orang Islam, berarti memaklumkan perang kepada Allah Swt. dan rasul. Dengan ancaman yang keras itu, dapatlah dipahamkan bahwasanya seluruh harta yang diperibakan itu, baik dapatlah dipahamkan bahwasanya seluruh harta yang dipinjamkan, atau bunganya dari harta itu, semuanya menjadi harta yang haram kelanjutannya ialah bahwa daulah islamiyah berhak merampas seluruh harta itu, baik modal pokok, maupun bunganya. Tetapi kalau kamu telah taubat tidak hendak melanjutkan lagi kehidupan yang jahat itu, maka harta yang kamu pinjamkan sebanyak jumlah asalnya, bolehlah kamu ambil kembali.⁷

Ekonomi Islam dalam konsep pengembangan modal memberikan ketentuanketentuan yang jelas dan terarah, antara lain konsep pengembangan modal yang ditawarkan adalah dengan menyerahkannya pada tiap individu sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Dengan catatan segala bentuk pengembangan yang akan dilakukan, harus memenuhi ketentuan-ketentuan

⁷ Hamka., *Tafsir Al-Azhar* (Jakarta: PT. Pustaka Panjimas, 1982), hlm. 94.

syariah yang ada sebagaimana yang diatur dalam syariah muamalat. Dengan demikian, adanya pengembangan modal usaha yang dilakukan sesuai dengan sistem ekonomi Islam, diharapkan akan tercipta kondisi perekonomian masyarakat yang kondusif bagi pengembangan produksi.⁸

c. Modal Menurut Sumbernya

1) Permodalan Sendiri/Kekayaan Bersih/Sumber Intern.

Sumber ini berasal dari para pemilik perusahaan atau bersumber dari dalam perusahaan, misalnya penjualan saham, simpanan anggota pada bentuk usaha koperasi, cadangan. Kekayaan sendiri ini mempunyai ciri, yaitu terikat secara permanen dalam perusahaan.

2) Permodalan Asing/Kekayaan Asing/Sumber Ekstern.

Sumber ini berasal dari pihak luar perusahaan, yaitu berupa pinjaman jangka panjang atau jangka pendek. Pinjaman jangka pendek, yaitu pinjaman yang jangka waktunya maksimum satu tahun. Sedangkan pinjaman yang jangka waktunya lebih dari satu tahun, disebut kredit jangka panjang. Ciri dari kekayaan asing ini ialah tidak terikat secara permanen, atau hanya terikat sementara, yang sewaktu-waktu akan dikembalikan lagi kepada yang meminjamkan.⁹

d. Modal Menurut Sifatnya

Berdasarkan sifatnya modal dapat dibedakan menjadi modal tetap dan modal lancar. Modal tetap adalah modal yang sifatnya tetap, tidak terpengaruh oleh proses produksi dan tidak habis digunakan dalam sekali proses produksi.

⁸ Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2005), hlm. 57.

⁹ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.249.

Contoh: gedung, mesin-mesin dan alat-alat pengangkutan. Sedangkan modal lancar adalah modal yang habis dalam satu kali proses produksi atau berubah bentuk menjadi barang jadi. Contoh: bahan baku dan bahan-bahan penolong.¹⁰

e. Modal Menurut Fungsi Bekerjanya

- 1) Modal Tetap. Modal tetap digunakan untuk jangka panjang dan digunakan berulang-ulang. Biasanya umurnya lebih dari satu tahun. Penggunaan utama modal ini adalah untuk membeli aktiva tetap seperti, bangunan, mesin, peralatan, kendaraan serta inventaris lainnya. Modal tetap merupakan bagian terbesar komponen pembiayaan suatu usaha dan biasanya dikeluarkan pertama kali saat perusahaan didirikan.
- 2) Modal Kerja. Modal kerja merupakan kekayaan atau aktiva yang diperlukan oleh perusahaan untuk menyelenggarakan kegiatan sehari-hari atau untuk membiayai operasinya sehari-hari. Seperti membeli bahan baku, perawatan, pemeliharaan, listrik, air, telepon, dan pembayaran lainnya. Terdapat tiga konsep pengertian modal kerja, yaitu:
 - a) Konsep kuantitatif. Modal kerja menurut konsep ini menitik beratkan pada jumlah modal kerja yang diperlukan untuk membiayai operasi rutin dalam jangka pendek. Konsep ini tidak menekankan pada kuantitas dan komposisi modal kerja.
 - b) Konsep kualitatif. Konsep kualitatif ini menitikberatkan pada aspek kualitas modal kerja. Pengertian modal kerja adalah kelebihan aktiva lancar (*current assets*) terhadap utang jangka pendek (*current liability*).

¹⁰ Bambang Prishardoyo, Agus Trimarwanto, & Shodiqin., *Pelajaran Ekonomi* (Jakarta: Grasindo, 2005), hlm.67.

Konsep ini bersifat kualitatif karena menunjukkan tersedianya aktiva lancar yang lebih besar daripada utang lancarnya (utang jangka pendek) yang benar-benar dapat dipergunakan untuk membiayai operasi perusahaan.

- c) Konsep fungsional. Konsep ini menitikberatkan manfaat dari dana yang dimiliki dalam menghasilkan laba. Dana yang dimiliki perusahaan harus digunakan untuk menghasilkan laba. Tetapi tidak semua dana yang digunakan dapat menghasilkan laba pada periode bersangkutan, karena terdapat sebagian dana yang digunakan untuk memperoleh laba di masa mendatang. Misalnya bangunan, mesin, peralatan, alat-alat kantor, dan aktiva tetap lainnya menjadi bagian dari modal kerja tahun yang berjalan adalah sebagai penyusutan aktiva tetap tersebut. Sedangkan sebagian besar aktiva lancar merupakan unsur modal kerja, dan sebagian aktiva lancar lagi bukan merupakan modal kerja. Misalnya piutang dari penjualan barang dagangan secara kredit¹¹

Besar kecil modal kerja selalu berubah-ubah. Besar kecilnya modal kerja dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut:

- 1) Volume penjualan. Faktor ini adalah faktor yang paling utama karena perusahaan memerlukan modal kerja untuk menjalankan aktivitasnya yang mana puncak dari aktivitasnya itu adalah tingginya penjualan. Dengan demikian pada tingkat penjualan yang tinggi diperlukan modal kerja yang relatif tinggi dan sebaliknya bila penjualan rendah dibutuhkan modal kerja yang relatif rendah.

¹¹ Suyadi Prawirosentono,, hlm. 129.

- 2) Beberapa kebijaksanaan yang ditetapkan oleh perusahaan antara lain:
- a) Politik penjualan kredit. Politik penjualan kredit ini bersangkutan dengan piutang. Panjang pendeknya piutang akan mempengaruhi besar-kecilnya modal kerja dalam satu periode.
 - b) Politik penentuan persediaan besi. Bila diinginkan persediaan tinggi, baik persediaan kas, persediaan bahan baku, persediaan bahan jadi maka diperlukan modal kerja yang relatif besar. Sebaliknya bila ditetapkan persediaan rendah maka diperlukan modal kerja yang relatif rendah.
 - c) Pengaruh musim. Dengan adanya pergantian musim, akan dapat mempengaruhi besar-kecilnya barang/jasa kemudian mempengaruhi besarnya tingkat penjualan. Fluktuasi tingkat penjualan akan mempengaruhi besar-kecilnya modal kerja yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan kegiatan produksi.
 - d) Kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi dapat mempengaruhi atau mengubah proses produksi menjadi lebih cepat dan lebih ekonomis, dengan demikian akan dapat mengurangi besarnya kebutuhan modal kerja. Tetapi dengan perkembangan teknologi maka perusahaan perlu mengimbangi dengan membeli alat-alat investasi baru sehingga diperlukan modal kerja yang relatif besar.¹²

¹² Indriyo & Basri, *Manajemen Keuangan* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002), hlm. 36.

2. Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Dalam perekonomian sekarang ini, pertukaran atau jual beli barang atau jasa tidak lagi dilakukan secara barter, tetapi dilakukan dengan menggunakan suatu alat pembayaran atau alat penukar yang disebut uang. Kadang-kadang uang ini juga dikatakan sebagai sejumlah nilai pertukaran. Penjual akan menerima sejumlah uang sebagai imbalan dari usahanya menjual barang atau jasa kepada pembeli. Sebaliknya, pembeli akan membayarkan sejumlah uang kepada penjual sebesar nilai barang yang dibelinya. Jadi harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya.¹³

Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.¹⁴ Menurut Eko Widodo, menyatakan harga jual atau harga penawaran adalah perusahaan menghitung biaya produk dan kemudian menambahkan dengan laba yang diinginkan.¹⁵

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Peranan alokasi dari harga adalah fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau *utilitas* tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan

¹³ Basu Swastha, Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 1995), hlm. 211.

¹⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 439.

¹⁵ Eko Widodo, *Akuntansi Manajemen* (Jakarta: Selemba Empat, 2013), hlm. 184.

membelinya, sedangkan peranan informasi dari harga adalah fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor produksi.¹⁶

Penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos, atau bahkan lebih dari itu yaitu untuk mendapatkan laba. Tetapi jika harga ditentukan terlalu tinggi akan berakibat kurang menguntungkan. Dalam hal ini pembeli akan berkurang, volume penjualan berkurang, semua biaya mungkin tidak dapat ditutup dan akhirnya perusahaan bisa menderita rugi. Salah satu prinsip bagi manajemen dalam penentuan harga adalah menitik beratkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menentukan ongkos-ongkos dan menghasilkan laba.

b. Pentingnya Harga

Pentingnya harga adalah sebagai berikut:

1) Dalam perekonomian

Harga pasar sebuah produk mempengaruhi upah, sewa, bunga dan laba. Artinya harga sebuah produk mempengaruhi biaya faktor –faktor produksi yaitu meliputi tenaga kerja, tanah, modal, kewirausahaan. Jadi harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Upah kerja yang tinggi memikat tenaga kerja. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang akan diproduksi (penawaran) dan siapa yang memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang diproduksi (permintaan).

¹⁶ William J Susanton, *Fundamentals Of Marketing (Prinsip Pemasaran)* (Jakarta: Erlangga, 1984), hlm. 307.

2) Dalam perusahaan perorangan

Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar. Harga mempengaruhi posisi persaingan dan bagian atau saham pasar dari perusahaan. Sewajarnya jika harga mempunyai pengaruh yang bukan kecil terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan. Harga sebuah produk juga mempengaruhi program pemasaran perusahaan.

3) Hubungan antara kualitas produk dengan harga

Peran eksekutif pemasaran juga perlu memahami aspek-aspek psikologi penetapan harga. Misalnya konsumen sangat tergantung pada harga sebagai indikator kualitas sebuah produk terutama pada waktu mereka harus membuat keputusan beli sedangkan informasi yang dimiliki tidak lengkap. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk berubah-ubah seiring dengan perubahan yang terjadi pada harga. Jadi semakin tinggi harga suatu produk makin tinggi pula kualitas produk yang dipersepsi oleh konsumen.¹⁷

c. Tujuan Penetapan Harga

Dalam teori ekonomi klasik, setiap perusahaan selalu berorientasi pada seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh dari suatu produk atau jasa yang dimilikinya, sehingga tujuan penetapan harganya hanya berdasarkan pada tingkat keuntungan dan perolehan yang akan diterimanya. Namun, di dalam perkembangannya tujuan penetapan harga bukan hanya berdasarkan tingkat keuntungan dan perolehannya saja melainkan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan non ekonomis lainnya.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 307.

Berikut adalah tujuan penetapan harga yaitu sebagai berikut:

1) Berorientasi pada laba

Asumsi teori klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimalisasi laba. Penetapan harga ini biasanya mempertimbangkan tingkat keuntungan yang ingin diperoleh. Semakin besar marginal keuntungan yang didapat, maka menjadi tinggi pula harga yang ditetapkan untuk konsumen.

2) Berorientasi pada volume

Selain bertujuan pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objective*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar. Tujuan ini banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan penerbangan.

3) Berorientasi pada citra (*image*)

Suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra *prestisius*. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*). Pada hakikatnya baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

4) Stabilitas harga.

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula

harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitas harga dalam industri-industri tertentu. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.¹⁸

d. Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga

Faktor yang mempengaruhi tingkat harga yaitu:

1) Kondisi perekonomian.

Kondisi perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku.

2) Penawaran dan permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya, tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar. Sedangkan penawaran merupakan kebalikan dari permintaan yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar. Hubungan antara harga dengan jumlah yang ditawarkan tersebut dapat dalam bentuk kurva penawaran. Menurut teori ekonomi harga akan ditentukan pada suatu titik pertemuan antara kurva permintaan dan penawaran.

3) Elastisitas penawaran

Faktor lain yang dapat mempengaruhi harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa

¹⁸Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andy Offset, 1997), hlm. 152.

jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya. Inelastis, jika permintaan itu bersifat inelastis maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan yang lebih kecil pada volume.

4) Persaingan pasar

a) Persaingan pasar sempurna. Yaitu suatu pasar yang ditandai oleh tidak adanya sama sekali persaingan yang bersifat pribadi (*rivalry*) diantara perusahaan-perusahaan individu yang ada didalamnya.

b) Pasar monopoli. Yaitu suatu bentuk pasar dimana hanya terdapat satu perusahaan saja dan perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat.

c) Pasar oligopoli. Yaitu pasar barang yang terdiri dari hanya beberapa perusahaan yang mempunyai ukuran dan modal yang relatif besar, barang yang dihasilkan bersifat berbeda atau barang serupa.

d) Biaya. Biaya adalah suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya yang akan mengakibatkan kerugian.

5) Tujuan perusahaan

Penetapan harga suatu barang seringkali dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan.

6) Pengawasan pemerintah

a) Penetapan harga jual sulit dilakukan karena di dalam beberapa produk biaya-biaya telah ditetapkan atau sering disebut dengan *Price Taker*.

b) Beberapa pendekatan umum termasuk :

Pendekatan ahli ekonomi. Dua kurva digambarkan dalam satu grafik.

- (1) Kurva permintaan, menunjukkan beberapa yang dapat diharapkan dibeli pada harga berbeda.
- (2) Kurva penawaran,
 - (a) menunjukkan berapa perusahaan ingin menawarkan harga yang berbeda.
 - (b) Termasuk membawa produk ke pasar dan suatu laba yang wajar atau layak.
 - (c) Harga produk ditentukan dimana kurva permintaan dan kurva penawaran berpotongan (*intersect*).
 - (d) Secara teoritis merupakan pendekatan yang akurat, akan tetapi sulit dilakukan.¹⁹

e. Metode Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga produsen dapat menetapkan dengan beberapa alternatif sebagai berikut:

1) Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost based pricing*)

Suatu metode penetapan harga yang paling tua, dimana harga ditentukan berdasarkan jumlah biaya persatuan produk yang keluar ditambah dengan keuntungan yang diharapkan. Beberapa metode penetapan harga dengan pendekatan biaya:

a) Penetapan harga biaya plus (*cost push pricing method*). Dengan metode ini, harga jual per unit ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya

¹⁹ Basu Swastha, dan Ibnu Sukotjo,.....hlm. 210.

perunit ditambah jumlah tertentu untuk menutupi laba yang dikehendaki pada unit tersebut

b) Penetapan harga *Mark-up*

Hampir sama dengan biaya hanya saja para pedagang atau perusahaan perdagangan lebih banyak menggunakan penetapan harga *mark up*. Harga *mark up* merupakan dimana para pedagang membeli barang-barang dagangannya untuk dijual kembali dan harga jualnya dengan menambahkan *mark up* tertentu terhadap harga beli.

Harga beli + mark up = harga jual

Mark up ini merupakan kelebihan harga jual diatas harga belinya. Selain itu pedagang tersebut juga harus mengeluarkan jumlah biaya eksploitasi yang juga diambilkan dari sebagian *mark up*.

c) Penetapan harga *Break Even*

Yaitu penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya. Perusahaan dikatakan *break even* apabila penerimaan sama dengan biaya yang dikeluarkannya.

2) Penetapan harga berdasarkan harga *competitor*

Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan harga *competitor* sebagai referensi, dimana dalam pelaksanaannya lebih cocok untuk produk yang standar dengan kondisi pasar oligopoli. Untuk meraih para konsumen dan para pelanggan, perusahaan biasanya menggunakan strategi harga. Penetapan strategi harga jual juga bisa digunakan untuk mensiasati para pesaingnya.

3) Penetapan harga berdasarkan permintaan (*demand based pricing*)

Proses penetapan harga yang didasari persepsi konsumen terhadap *value* yang diterima (*price value*), sensitivitas harga dan *preceived quality*. Untuk mengetahui *value* dari harga terhadap kualitas, maka analisis *Price Sensitivity Meter* (PSM) merupakan salah satu bentuk yang dapat digunakan. Pada analisa ini konsumen diminta untuk memberikan pernyataan dimana konsumen merasa harga murah, terlalu murah, terasa mahal dan terlalu mahal dan dikaitkan dengan kualitas yang diterima.²⁰

4) Metode penetapan harga geografis

Metode penetapan harga geografis ini melibatkan dalam penetapan harga produknya untuk konsumen yang berlokasi di beberapa daerah. Apakah perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi untuk konsumen yang berlokasi jauh agar dapat menutup biaya pengiriman atau apakah perusahaan harus menetapkan harga yang sama bagi seluruh konsumen tanpa memandang lokasinya. Alternatif- alternatif yang ada pada modifikasi geografis ini mencakup sebagai berikut:

- a) Penetapan harga FOB (*Free On Board*). Pada penetapan harga FOB ini seluruh biaya angkut ditanggung oleh pembeli. Penjual hanya menanggung biaya pembuatan. Jadi harga yang dibayar oleh konsumen adalah harga pabrik ditambah biaya angkut sampai ke tempat.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 222.

- b) Penetapan harga berdasarkan daerah. Dalam penetapan harga ini daerah penjualan dibagi ke dalam beberapa wilayah, disetiap wilayah ditetapkan harga secara seragam.
- c) Penetapan harga seragam. Disini perusahaan membebankan biaya produksi ditambah biaya angkut yang sama pada seluruh konsumen dimanapun mereka berada. Disini perusahaan menanggung sebagian biaya pengiriman produk bagi pembeli yang berlokasi jauh dan berlokasi dekat perusahaan.
- d) Penetapan harga tanpa biaya angkut. Metode ini ditentukan sebagai upaya untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan harapan bahwa apabila volume penjualan meningkat, maka hasil akan dapat digunakan untuk menutup biaya angkutnya.²¹

f. Strategi dalam Menentukan Harga.

Didalam proses penetapan harga jual suatu produk, perusahaan hendaknya mengikuti prosedur yang terdiri dari:

- 1) Memilih sasaran harga. Langkah pertama adalah memilih sasaran harga seperti bertahan hidup, maksimalisasi keuntungan jangka pendek, volume penjualan, permintaan pasar, unggul dalam angka pasar, dan persaingan.
- 2) Menentukan permintaan. Perusahaan harus menentukan permintaan yang akan memperlihatkan jumlah produk yang akan dibeli dipasar dalam periode tertentu, dalam berbagai tingkat harga.

²¹ Fandi Tjiptono,.....hlm. 177.

- 3) Memperkirakan biaya. Memperkirakan perilaku biaya pada berbagai tingkat produksi dan perilaku biaya dalam kurva pengalamannya. Biaya perusahaan ada dua jenis yaitu biaya tetap dan biaya variabel.
- 4) Menganalisis biaya, harga dan penawaran pesaing. Perusahaan dapat menggunakan analisis biaya, permintaan pasar, biaya pesaing, dan kemungkinan reaksi pesaing sebagai dasar penetapan harga. Perusahaan juga perlu membandingkan biayanya dengan biaya pesaing, apakah biaya produksinya lebih rendah atau lebih tinggi dan juga harga serta kualitas penawaran pesaing. Dengan mengetahui biaya, harga dan kualitas pesaing, perusahaan dapat menggunakan sebagai titik orientasi untuk menetapkan harga.
- 5) Memilih metode penetapan harga. Perusahaan memilih salah satu dari berbagai metode harga yaitu penetapan harga *mark up (mark up pricing)*, penetapan harga berdasarkan target (*target return pricing*). Penetapan harga berdasarkan persaingan (*competitive pricing*), penetapan harga berdasarkan permintaan (*demand pricing*), merupakan penetapan harga-harga yang dihubungkan dengan pelanggan dan situasi yang khusus.
- 6) Memilih harga akhir. Penetapan harga akhir harus mencerminkan cara-cara psikologis yang mungkin timbul dari distributor, *dealer*, tenaga penjualan perusahaan, pesaing, perdagangan, dan pemerintah.²²

²² Suyanto, *Marketing Strategy top Brand Indonesia* (Yogyakarta: Andy Offset, 2007), hlm. 123.

3. Laba (Keuntungan)

a. Pengertian

Menurut Soemarso laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Laba merupakan indikator prestasi atau kinerja perusahaan. Dengan laba yang diperoleh perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup dan mengembangkan perusahaan.²³

Menurut Simamora laba adalah perbandingan antara pendapatan dengan beban jikalau pendapatan melebihi beban maka hasilnya adalah laba bersih.²⁴

b. Jenis-jenis laba

Menurut Soemarso terdapat empat jenis-jenis laba, yaitu sebagai berikut:

- 1) Laba bersih adalah selisih lebih pendapatan atas beban-beban dan merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha.
- 2) Laba kotor adalah selisih antara penjualan bersih dan harga pokok penjualan.
- 3) Laba usaha adalah jumlah akumulasi laba bersih dari beban usaha atau laba usaha adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan.
- 4) Laba ditahan adalah jumlah akumulasi laba bersih dari sebuah perseroan terbatas dikurangi dengan distribusi laba yang dilakukan.²⁵

²³ Soemarso, *Akutansi Suatu Pengantar Buku 1 Edisi Kelima* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hlm. 245.

²⁴ Simamora, *Akutansi Manajemen* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), hlm. 45.

²⁵ Soemarso,.....hlm. 74.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba

Suatu perusahaan dapat memperoleh laba tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor tertentu. Mulyadi mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi laba adalah sebagai berikut:

1) Biaya

Biaya merupakan suatu pengorbanan yang diukur dengan satuan uang yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha. Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

2) Harga jual

Harga jual merupakan jumlah tertentu yang dibayarkan oleh konsumen terhadap barang atau jasa yang diterima. Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

3) Volume penjualan dan produksi

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi. Semakin besar volume penjualan suatu barang, biasanya akan berpengaruh terhadap laba yang diperoleh juga akan semakin besar. Dan demikian sebaliknya apabila volume penjualan suatu barang menurun, maka biasanya perolehan juga akan ikut menurun.²⁶

²⁶ Mulyadi, *Sistem Akutansi Edisi Ke 3* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 513.

4. Anyaman Bambu

Istilah anyaman dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah hasil menganyam atau barang-barang yang dianyam. Kata menganyam berasal dari kata anyam yaitu mengatur daun pandan, eceng gondok, bambu, rotan, kulit kayu, dan lainnya, dengan saling menindih dan saling menyilang.²⁷

Koko Koswara dalam Ade Eka Rosita mengemukakan kerajinan anyaman adalah hasil kegiatan membuat suatu barang dengan cara menganyam bahan-bahan tertentu disertai ketekunan, ketelitian, dan kecakapan yang mempunyai nilai-nilai keindahan. Menganyam merupakan satu kesibukan yang memberi pengalaman menyenangkan, baik dari orang tua maupun yang masih muda. Hal itu bukan saja dibuat, tetapi juga karena pekerjaan menganyam itu sendiri merupakan penggunaan waktu senggang yang sangat berharga. Daya cipta/kreativitas tidak nampak menonjol atau tidak menduduki tempat penting, karena kemungkinan-kemungkinan yang dapat diperoleh dari bahan baku tersebut sangat terbatas.

G Margono, dalam bukunya *Anyaman Bambu dan Rotan*, menerangkan bahwa dalam proses menganyam terlebih dahulu bahan anyaman rotan di potong-potong menurut ukuran tertentu dalam keadaan kering, sebelum di kerjakan, rendam dalam air hangat selama 15 menit supaya lembek dan mudah dianyam. Jika nantinya dalam mengerjakan bahan anyaman tersebut mengering dan menjadi kaku maka di rendam kembali.²⁸

²⁷ Ali Lukman, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 1991, hlm. 4.

²⁸ G Margono, *Keterampilan Anyaman Bambu dan Rotan* (Semarang: Aneka Ilmu, 1997), hlm. 18-20.

Pada garis besarnya anyaman dasar ada tiga macam, yaitu:

- a) Anyaman tunggal. Anyaman tunggal merupakan anyaman yang antara lusi dan pakan saling tindih menindih, lusi menjajar secara vertikal dan pakan sejajar secara horizontal.
- b) Anyaman ganda. Anyaman ganda merupakan anyaman lusi dan pakannya masing-masing yang saling menumpangi jumlahnya lebih dari satu.
- c) Anyaman istimewa atau kombinasi. Anyaman kombinasi merupakan gabungan dari anyaman tunggal dan anyaman ganda.²⁹

Dalam buku Sejarah Industri Kerajinan Anyaman Indonesia, pengertian menganyam adalah cara menjalin, baik itu susup-menyusup atau kait-mengkait antar benang, tali, iratan, pita atau istilah lain yang digunakan tergantung bahan baku apa yang dianyam dan produk yang dihasilkan dapat berupa: lembaran seperti tikar, gedeg, keping, lembaran anyaman untuk kursi atau dapat berupa: produk-produk seperti keranjang, tas, topi, barang-barang rumah tangga, hiasan-hiasan dan lain-lain, yang semuanya merupakan hasil anyaman baik dengan tangan maupun dengan mesin/alat.³⁰

Menganyam artinya menyatukan iratan-iratan rotan untuk menghasilkan suatu bentuk tertentu. Anyaman merupakan suatu bentuk karya seni yang memiliki keindahan dan keunikan tersendiri.³¹

²⁹ *Ibid.*, hlm. 51-53.

³⁰ Balai Besar Industri Kerajinan Anyaman Batik, *Sejarah Industri Anyaman Indonesia* (Yogyakarta: Departemen Perindustrian Badan Penelitian dan Badan Pengembangan Industri Kerajinan Batik, 1986), hlm. 3.

³¹ Choirumuddin, *Mari Membuat Anyaman Bambu* (Jakarta: Tropica, 2007), hlm. 27.

Manfaat bambu:

- a. Akar, berfungsi sebagai penahan erosi guna mencegah bahaya banjir. Akar bambu juga dapat berperan dalam menangani limbah beracun akibat keracunan merkuri.
- b. Daun bambu, dapat digunakan untuk alat pembungkus makanan kecil seperti wajik, selain itu dalam pengobatan tradisional dapat dimanfaatkan untuk mengobati demam panas pada anak-anak.³²
- c. Rebung, merupakan tunas bambu muda yang muncul dari dalam tanah yang tumbuh dari rimpang/*rhizoma* bambu, umumnya masih diselubungi oleh pelapah daun yang ditutupi bulu-bulu halus berwarna kehitaman. Rebung ada yang berbentuk ramping sampai agak membulat mencapai tinggi hingga 30 cm. Rebung dapat dimanfaatkan sebagai bahan sayuran segar yang dikemas dan diawetkan sebagai sayuran kaleng.
- d. Batang, merupakan bagian yang paling banyak digunakan untuk dibuat berbagai macam keperluan mulai dari bahan bangunan, bahan kerajinan dan bahan pembuatan perkakas rumah tangga. Batang bambu baik yang masih muda maupun sudah tua dalam keadaan bulat atau sudah dibelah-belah dapat digunakan untuk berbagai keperluan.³³

³² Berlian dan Rahayu, *Jenis dan Prospek Bisnis Bambu* (Jakarta: Penebar Swadaya, 1995), hlm. 89.

³³ Winarto dan Ediningtyas, *Mau Tahu tentang Bambu?* (Jakarta: Kementerian Kehutanan, 2012), hlm. 31.

5. Ekonomi Islam

a. Pengertian Ekonomi Islam

Muhammad Abdul Manan dalam Heri Sudarsono mendefinisikan ekonomi islam sebagai upaya untuk mengoptimalkan nilai Islam dalam keidupan ekonomi masyarakat. Manan mengatakan: “Ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami dengan nilai Islam.”³⁴

Menurut Arkham Khan, ekonomi Islam berarti juga metode mengakomodasi berbagai faktor ekonomi dengan melibatkan seluruh manusia yang mempunyai potensi yang berbeda guna melibatkan sumber daya ekonomi yang ada di bumi. Ilmu ekonomi memusatkan pada studi tentang kesejahteraan manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya atas dasar kerja sama dan partisipasi. Ilmu ekonomu Islam bertujuan untuk melakukan studi terhadap kesejahteraan (falah) manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber-sumber daya di bumi berdasarkan kerja sama dan partisipasi.³⁵

b. Prinsip Umum Ekonomi Islam

Prinsip ekonomi islam didasarkan atas lima nilai universal yaitu:

1) Tauhid (Keesaan Tuhan)

Tauhid merupakan fondasi ajaran islam. Segala sesuatu yang kita perbuat didunia nantinya akan dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT, sehingga termasuk didalamnya aktivitas ekonomi dan bisnis nantinya akan dipertanggungjawabkan juga.

³⁴ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, Suatu Pengantar (Ekonesia, 2002), hlm. 13.

³⁵ *Ibid.*, hlm.14.

أَلَمْ تَعْلَمْ أَنَّ اللَّهَ لَهُ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا لَكُمْ مِنْ
 دُونِ اللَّهِ مِنْ وَلِيٍّ وَلَا نَصِيرٍ ﴿١٠٧﴾

Tidakah kamu mengetahui bahwa kerajaan langit dan bumi adalah kepunyaan Allah? dan tiada bagimu selain Allah seorang pelindung maupun seorang penolong. (QS. Al-baqarah: 107)

2) ‘Adl (Keadilan)

Allah SWT telah memerintahkan manusia untuk berbuat adil. Adil yang dimaksudkan adalah tidak menzalimi dan tidak dizalim, sehingga penerapannya dalam kegiatan ekonomi adalah manusia tidak boleh berbuat jahat kepada orang lain atau merusak alam untuk memperoleh keuntungan pribadi.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۖ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا
 مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ
 إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

Artinya: ‘ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: "Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui." (Al. Baqarah: 30)

3) Nubuwwah (Kenabian)

Setiap muslim diharuskan untuk meneladani sifat dari Nabi Muhammad SAW. Sifat-sifat Nabi Muhammad yang patut diteladani untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam kegiatan ekonomi yaitu *siddiq* (benar, jujur), *Amanah* (bertanggungjawab, kepercayaan), *Fathanah* (Kecerdikan, Kebijaksanaan), *Tabligh* (komunikasi, keterbukaan)

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya: “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah.*” (QS. Al Ahzab: 21)

4) Khilafah (pemerintahan)

Dalam islam merupakan peranan yang vital dalam perekonomian. Peran utamanya adalah memastikan bahwa perekonomian suatu negara berjalan dengan baik sesuai dengan syariah.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۖ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا
مَن يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ
إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٢٢﴾

Artinya; “*ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: "Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya*

dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui." (QS. Al. Baqarah:30)

5) Ma'ad (Hasil)

Imam Al Ghazali menyatakan bahwa motif para perilaku ekonomi adalah mendapatkan keuntungan

كُلُّ نَفْسٍ ذَائِقَةُ الْمَوْتِ وَإِنَّمَا تُوَفَّوْنَ أَجُورَكُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فَمَنْ زُحِرَ عَنِ النَّارِ وَأُدْخِلَ الْجَنَّةَ فَقَدْ فَازَ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعٌ

الْغُرُورِ

Artinya: "tiap-tiap yang berjiwa akan merasakan mati. dan Sesungguhnya pada hari kiamat sajalah disempurnakan pahalamu. Barangsiapa dijauhkan dari neraka dan dimasukkan ke dalam syurga, Maka sungguh ia telah beruntung. kehidupan dunia itu tidak lain hanyalah kesenangan yang memperdayakan." (QS. Ali Imron: 185).³⁶

Menurut Metwally prinsip ekonomi secara garis besar dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Sumberdaya dipandang sebagai amanah Allah kepada manusia, sehingga pemanfaatannya haruslah bisa dipertanggungjawabkan di akhirat kelak. Implikasinya adalah manusia harus menggunakannya dalam kegiatan yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.

³⁶ Adiwarmam A Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta; PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm..33 – 42.

- 2) Kepemilikan pribadi diakui dalam batas-batas tertentu yang berhubungan dengan pendapat yang diperoleh secara tidak sah.
- 3) Bekerja adalah kekuatan penggerak utama ekonomi Islam (QS. An- Nisaa': 29).

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

Islam mendorong manusia untuk bekerja dan berjuang untuk mendapatkan materi atau harta dengan berbagai cara, asalkan mengikuti aturan yang telah ditetapkan. Hal ini dijamin oleh Allah bahwa Allah telah menetapkan rizki setiap makhluk yang diciptakan-Nya.

- 4) Kepemilikan kekayaan tidak boleh hanya dimiliki oleh segelintir orang-orang kaya, dan harus berperan sebagai kapital produktif yang akan meningkatkan besaran produk nasional dan meningkatkan kesejahteraan rakyat.
- 5) Islam menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaannya dialokasikan untuk kepentingan orang banyak. Prinsip ini didasari oleh sunnah Rosululloh

yang menyatakan bahwa masyarakat mempunyai hak yang sama atas air, padang rumput dan api.

- 6) Seorang muslim harus tunduk pada Allah dan hari petanggungjawaban di akhirat (QS Al- Baqarah:281).

وَاتَّقُوا يَوْمًا تُرْجَعُونَ فِيهِ إِلَى اللَّهِ ^ص ثُمَّ تُوَفَّى كُلُّ نَفْسٍ مَّا
كَسَبَتْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

Artinya: “*dan peliharalah dirimu dari (azab yang terjadi pada) hari yang pada waktu itu kamu semua dikembalikan kepada Allah. kemudian masing-masing diri diberi Balasan yang sempurna terhadap apa yang telah dikerjakannya, sedang mereka sedikitpun tidak dianiaya (dirugikan).*’

Kondisi ini mendorong 20 seorang muslim menjauhkan diri dari hal-hal yang berhubungan dengan maisir, gharar, bathil, melampaui batas dan sebagainya.

- 7) Zakat harus dibayarkan atas kekayaan yang telah memenuhi batas (nisab). Zakat ini merupakan alat distribusi sebagian kekayaan orang kaya yang ditujukan untuk orang miskin dan mereka yang membutuhkan. Menurut pendapat para ulama, zakat dikenakan 2,5 % untuk semua kekayaan yang tidak produktif, termasuk di dalamnya adalah uang kas, deposito, emas, perak dan permata, dan 10 % dari pendapatan bersih investasi.
- 8) Islam melarang riba dalam segala bentuknya.³⁷

³⁷ Eko Suprayitni, *Ekonomi Islam* 9 Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 2-3

c. Ciri-Ciri Ekonomi Islam

Ciri-ciri ekonomi islam yaitu:

1) *Multitype Ownership* (kepemilikan multijenis).

Nilai tauhid dan nilai adil melahirkan konsep *multitype ownership*. Dalam sistem kapitalis, prinsip umum kepemilikan yang berlaku adalah kepemilikan swasta. Dalam sistem sosialis, kepemilikan negara. Sedangkan dalam islam berlaku prinsip multijenis, yakni mengakui bermacam-macam bentuk kepemilikan, baik swasta, negara maupun campuran. Prinsip ini merupakan terjemahan dari nilai tauhid pemilik primer langit, bumi dan seisinya adalah Allah, sedangkan manusia diberi amanah untuk mengelolanya, jadi manusia dianggap sebagai pemilik sekunder.

2) *Freedom to act* (kebebasan bertindak/berusaha).

Keempat nilai-nilai *nubuwwah* ini bila digabungkan dengan nilai keadilan dan nilai *khilafah* (*good governance*) akan melahirkan prinsip *freedom to act* pada setiap Muslim, khususnya pelaku bisnis dan ekonomi. *Freedom to act* bagi setiap individu akan menciptakan mekanisme pasar dalam perekonomian. Karena itu mekanisme pasar adalah keharusan dalam islam, dengan syarat tidak ada *distorsi* (proses penzaliman). Potensi *distorsi* dikurangi dengan penghayatan nilai keadilan. Penegakan nilai keadilan dalam ekonomi dilakukan dengan melarang semua *mafsadah* (segala yang merusak), *riba* (tambahan yang didapat secara zalim), *gharar* (*uncertainty*, ketidakpastian), *tadlis* (penipuan), dan *maysir* (perjudian, *zero sum game*).

3) *Social justice* (keadilan sosial).

Gabungan nilai khilafah dan nilai ma'ad melahirkan prinsip keadilan sosial. Dalam islam pemerintah bertanggungjawab menjamin pemenuhan kebutuhan dasar rakyatnya dan menciptakan keseimbangan sosial antara yang kaya dan yang miskin. Semua sistem ekonomi mempunyai tujuan yang sama yaitu menciptakan sistem ekonomi yang adil. Namun tidak semuanya sistem tersebut mampu dan secara konsisten menjalankan prinsip-prinsip keadilan. Dalam sistem sosialis, keadilan akan terwujud apabila masyarakatnya dapat menikmati barang dan jasa dengan sama rasa dan sama rata. Sedangkan dalam sistem kapitalis, adil apabila dalam setiap individu mendapatkan setiap haknya

Dalam islam keadilan diartikan dengan suka sama suka (*antarraddiminkum*) dan satu pihak tidak menzalimi pihak lain (*latazlimuna wa la tuzlamun*). Islam menganut sistem mekanisme pasar, namun tidak semuanya diserahkan pada mekanisme harga.³⁸

d. Konsep Keuntungan/ Laba dalam Islam

Konsep keuntungan dalam Islam sesuai dengan fungsi harta. Fungsi harta sangat banyak, baik kegunaan dalam hal yang baik maupun kegunaan dalam hal yang jelek. Di antara sekian banyak fungsi sebagai berikut:

- 1) Berfungsi untuk menyempurnakan pelaksanaan ibadah yang khas (mahdhah), sebab untuk beribadah diperlukan alat-alat, seperti kain untuk menutup aurat dalam pelaksanaan ahalat, bekal untuk melaksanakan ibadah haji, berzakat, sedekah, dan hibah.

³⁸ Adiwarman A, Karim,....., hlm. 42 - 44

- 2) Untuk meningkatkan (ketakwaan) kepada Allah, sebab kefakiran cenderung dekat kepada kekafiran, sehingga pemilikan harta dimaksudkan untuk meningkatkan ketakwaan kepada Allah.
- 3) Untuk meneruskan kehidupan dari suatu periode berikutnya, sebagaimana Allah berfirman dalam Q,S An-Nisa: 9

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ
فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya: “*dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar.*”

- 4) Untuk menyelaraskan (menyeimbangkan) antara kehidupan dunia dan akhirat.
- 5) Untuk mengembangkan dan menegakkan ilmu-ilmu, karena menuntut ilmutanpa biaya akan tersa sulit, misalnya, seseorang tidak dapat kuliah diperguruan tinggi, jika ia tidak memiliki biaya.
- 6) Untuk memutar (men-tasharruf) peran-peran kehidupan, yakni adanya pembantu dan tuan, adanya orang kaya dan miskin yang saling membutuhkan, sehingga tersusunlah masyarakat yang harmonis dan berkecukupan.

7) Untuk menumbuhkan silaturahmi, karena adanya perbedaan dan keperluan, misalnya, hubungan antara produsen dan konsumen. Dengan cara begitu akan terjadilah interaksi dan komunikasi silaturahmi dalam rangka saling mencukupi kebutuhan.³⁹

Menurut Sofyan Syafri Harahap didalam bukunya menjelaskan dasar-dasar pengukuran laba dalam Islam yang dirangkum dari sumber-sumber hukum Islam sebagai berikut:

1) Taqlib dan Mukhatarah (interaksi dan Risiko)

Keuntungan adalah tujuan dari hasil perputaran modal melalui transaksi bisnis, seperti menjual dan membeli, atau jenis-jenis apapun yang dibolehkan oleh syar'i. Keuntungan diperoleh tidak tanpa resiko, kemungkinan bahaya yang akan menimpa modal nantinya akan menimbulkan kerugian. Hal ini ditegaskan oleh ulama fiqih, bahwasannya perdagangan itu ialah perputaran modal dengan bentuk tukar menukar (*barter*) dan unsur-unsur bentuk risiko. Kegiatan usaha dalam proses memperoleh keuntungan memiliki perbedaan diantara wirausahawan, Islam menghendaki adanya keseimbangan antara tingkat kesulitan dan laba. Tingkat kesulitan perputaran serta perjalanan modal, semakin tinggi resiko, maka semakin tinggi pula laba yang diinginkan pedagang.

2) Al-Muqabalah

Al-Muqabalah adalah perbandingan antara pendapatan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan di atas. Pendapatan itu

³⁹ Abdul Rahman Ghazaly, Ghufroon Ihsan, dan Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 23

harus diperoleh dengan cara yang baik dan halal, biaya-biaya itu pun harus resmi dan jelas serta tidak mengandung unsur-unsur yang terlarang dalam syar'i, seperti riba, suap, dan mubazir.

3) Keutuhan Modal Pokok

Keuntungan akan tercapai dengan syarat bila modal pokok telah kembali, sebagai alat penukaran barang yang dimiliki sejak awal aktivitas ekonomi.

4) Laba dari Produksi, Hakikatnya dengan Jual Beli dan Pendistribusiannya

Keuntungan berasal dari aktivitas ekonomi yang dilakukan pedagang. Keuntungan yang berasal dari jual beli menunjukkan usaha yang dijalankan berjalan dengan baik. Sebagian ulama berpendapat bahwa pedagang boleh menentukan keuntungannya dengan syarat harga tidak boleh kurang dari biaya yang dikeluarkan serta tidak boleh lebih dari permintaan.

5) Perhitungan nilai barang di akhir tahun

Tujuan penilaian sisa barang yang belum sempat terjual di akhir tahun adalah untuk penghitungan zakat atau untuk menyiapkan neraca-neraca keuangan yang didasarkan pada nilai penjualan yang berlaku di akhir tahun itu, serta dilengkapi dengan daftar biaya-biaya pembelian dan pendistribusian. Dengan cara ini, tampaknya perbedaan antara harga yang pertama dan nilai yang berlaku yang dapat dianggap sebagai laba hukmi (abstrak).⁴⁰

⁴⁰ Syofian syafri Harapan, *Akutansi Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 163.

B. Kajian Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu berhubungan dengan laba telah banyak dilakukan. Penelitian tersebut memiliki variasi yang berbeda, seperti penggunaan variabel yang berbeda, lokasi penelitian berbeda dan tahun yang berbeda. Beberapa penelitian terdahulu antara lain sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Widyawati tahun 2014 dengan judul penelitian “Pengaruh Penjualan dan Perputaran Piutang Terhadap Laba Bersih Perusahaan Farmasi”. Dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah variabel penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan farmasi di Bursa Efek Indonesia karena nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Variabel perputaran piutang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan farmasi di Bursa Efek Indonesia karena nilai signifikan $0,039 < 0,05$. Jadi didalam penelitian ini persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang laba. Perbedaannya yaitu terdapat pada variabel independennya.⁴¹

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Hariyanti tahun 2008 dengan judul “Pengaruh Modal dan Volume Penjualan terhadap Kemampulabaan Usaha Bakul Ikan Wanita di Pasar Tulehu Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah. Dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah modal memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap kemampulabaan dan volume penjualan berpengaruh signifikan positif terhadap kemampulabaan. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang laba dan modal.

⁴¹ Nurul Widyawati, Pengaruh Penjualan dan Perputaran Piutang Terhadap Laba Bersih Perusahaan Farmasi (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, 2014), dalam <https://ejournal.stisie.ac.id>, diakses pada Minggu, 8 April 2018 pukul 22.14 WIB

Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini adalah tentang variabel independen yang kedua yaitu dalam penelitian ini yang diteliti adalah volume penjualan sedangkan yang diteliti peneliti adalah harga jual produk.⁴²

Penelitian yang dilakukan oleh Budi Ramdhani tahun 2014 dengan judul “Pengaruh Harga Jual Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Tambangan Sub Sektor Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013”. Dengan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah Harga Jual berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan subsektor batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013 dengan nilai positif signifikan, dan Biaya Operasional berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan sub sektor batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013 dengan nilai negatif signifikan. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga jual dan biaya operasional sedangkan variabel terikat adalah laba. Jadi didalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang harga jual dan laba. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang digunakan biaya operasional sedangkan variabel yang diteliti peneliti adalah biaya produksi.⁴³

⁴² Dwi Hariyanti, Pengaruh Modal dan Volume Penjualan terhadap Kemampuan Usaha Bakul Ikan Wanita di Pasar Tulehu Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah, *Jurnal Ekonomi Modernisasi Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang*, vol 4 nomor 2 tahun 2008, hlm. 127.

⁴³ Budi Ramdhani, Pengaruh Harga Jual Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Tambangan Sub Sektor Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013, dalam http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/659/jbptunikompp-gdl-budiramdha-32949-1-unikom_b-l.pdf diakses pada 2 Desember 2017 pukul 11.10 WIB

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual digunakan sebagai acuan agar peneliti memiliki arah penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kerangka konseptual penelitian adalah sebagai berikut:

1. Modal berpengaruh terhadap laba

Modal merupakan faktor yang sangat penting dalam dunia usaha. Dalam dunia usaha kecil, modal digunakan sebagai penentu jumlah barang yang dihasilkan. Semakin banyak modal yang tersedia maka semakin besar kesempatan dalam mencapai keuntungan. modal yang pas-pasan memberikan resiko kepada proses produksi, dimana ketika terjadi biaya tak terduga.⁴⁴

2. Harga jual berpengaruh terhadap laba bersih

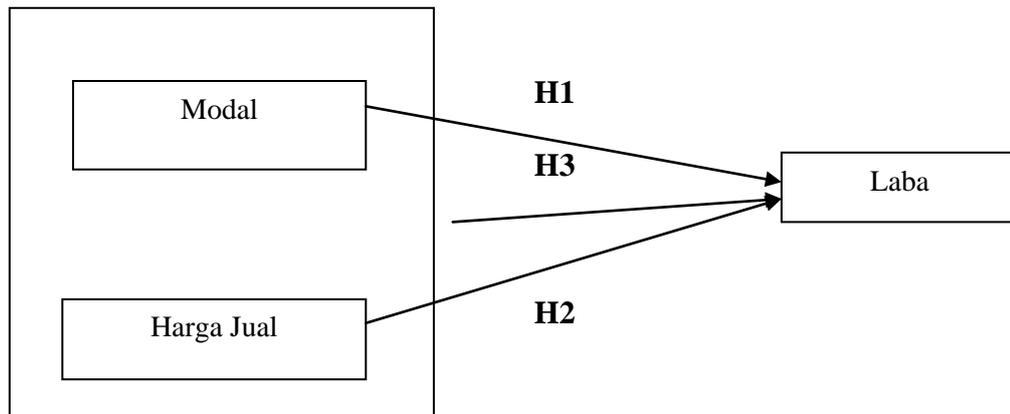
Menurut Eko Widodo menyatakan bahwa perubahan harga jual pada umumnya akan mempengaruhi volume penjualan dan laba perusahaan.⁴⁵

3. Modal dan harga jual terhadap laba

Laba merupakan tujuan perusahaan dimana dengan laba perusahaan dapat memperluas usahanya. Kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba merupakan salah satu petunjuk tentang kualitas manajemen serta operasi perusahaan tersebut, yang berarti mencerminkan nilai perusahaan. Hasil produksi perusahaan dipengaruhi oleh bahan baku pengadaan bahan baku, tenaga kerja, serta biaya *overhead* pabrik. kelangsungan hidup perusahaan untuk menjalankan operasinya.

⁴⁴ Mulyadi, *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*, hlm.513.

⁴⁵ Eko Widodo,.....hlm. 85.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

H₁ : variabel modal berhubungan positif dan signifikan terhadap laba pengrajin anyaman bambu desa Mirigambar.

H₂ : variabel harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba pengrajin anyaman bambu desa Mirigambar.

H₃: variabel modal dan harga jual secara simultan berhubungan positif dan signifikan terhadap laba pengrajin anyaman bambu desa Mirigambar