

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Agen Penjualan**

##### **1. Definisi Agen Penjualan**

Pendistribusi adalah agen penjualan yang menyalurkan atau perantara antara perusahaan ke konsumen, atau pasar, jadi bisa dikatakan sebagai pihak ke tiga. Agen adalah suatu perusahaan lain mandiri yang juga menyalurkan produk-produk lain di berbagai wilayah atau untuk berbagai industri.

Islam memiliki etika distribusi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari etika komprehensif Islam. Distribusi yang dimaksudkan di sini adalah kegiatan membawa barang dan jasa kepada konsumen.<sup>11</sup>

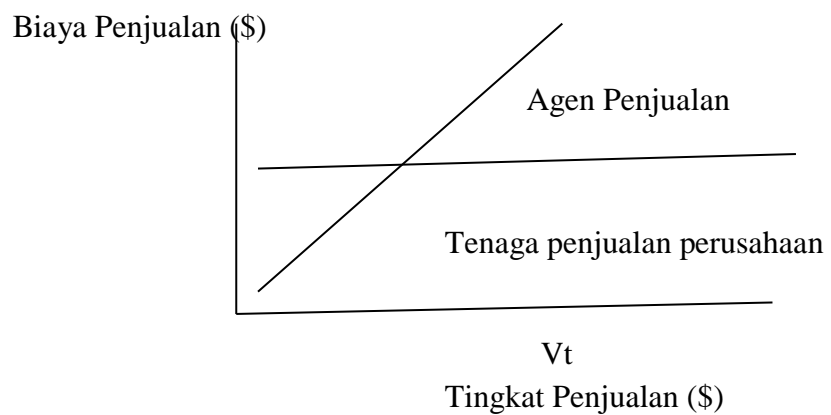
Setiap alternatif saluran akan mencapai volume penjualan dan menggunakan biaya yang berbeda-beda. Langkah pertama adalah membandingkan tingkat volume penjualan dan penggunaan biaya oleh tenaga penjualan perusahaan dengan volume penjualan dan penggunaan biaya oleh agen penjualan. Agen penjualan bisa jadi menjual lebih banyak karena, pertama, agen penjualan memiliki tenaga jauh lebih banyak. Kedua, agen telah memiliki banyak kontak. Ketiga, bisa jadi penjualan lebih agresif bila komisinya menarik. Di luar hal-hal tersebut, haruslah dianalisis berapa

---

<sup>11</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 139

besar biaya total untuk setiap alternatif saluran berbagai volume penjualan total, dapat di lihat pada gambar di bawah ini, gambar biaya agen dan tenaga sendiri:<sup>12</sup>

**Gambar 1.1: Biaya Agen dan Tenaga Sendiri:**



Sumber: Referensi Manajemen Pemasaran

Seperti tampak dalam gambar 1.1 biaya tetap penggunaan agen penjualan lebih rendah dari penggunaan tenaga penjualan perusahaan. Namun biaya agen penjualan akan meningkat lebih cepat karena agen penjualan menerima komisi penjualan lebih besar dari tenaga penjualan perusahaan. Pada suatu volume penjualan tertentu yakni  $V_t$ , biaya penjualan dari dua alternatif penyaluran adalah sama. Bila volume penjualan di sebelah kiri titik  $V_t$ , maka seyogianya penjualan dilakukan dengan agen penjualan yang biayanya lebih murah. Namun bila volume penjualan direncanakan lebih besar dari  $V_t$ , perusahaan tersebut seyogianya menggunakan tenaga penjualan sendiri.

<sup>12</sup> Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, 167

Penggunaan agen penjualan merupakan pendekatan setelah pendekatan konsumen dilakukan dimana sebelumnya menggunakan pendekatan produk dalam pemasaran. Oleh karenanya, banyak perusahaan merekrut agen penjualan sesuai yang dibutuhkan.<sup>13</sup>

## **2. Langkah Awal Menjadi Agen Penjualan**

### **a) Lakukan Survei Pasar**

Langkah pertama untuk menjadi agen distributor makanan ringan adalah melakukan survei pasar. Anda harus mencari lokasi yang tak banyak menjual makanan ringan kiloan. Walaupun rezeki sudah diatur oleh Tuhan, sebaiknya tetap mencari lokasi yang tak banyak pesaingnya. Dengan melakukan survei pasar, anda jadi tahu makanan ringan seperti apa yang dicari oleh target usaha anda.

### **b) Modal**

Mungkin memang benar bahwa menjadi distributor makanan ringan memiliki modal yang tak sedikit. Karena semakin banyak modal yang anda keluarkan, maka akan semakin banyak juga jenis makanan yang anda tawarkan. Belum lagi jika anda tak memiliki tempat usaha sehingga harus menyewa atau membeli terlebih dahulu. Namun, jangan takut, karena bisnis makanan ringan bisa dikatakan banyak dicari orang sehingga akan memutar modal anda tak begitu lama.

---

<sup>13</sup> Adler Haymas Manurung, *Lima Bintang Untuk Agen Penjualan Reksa Dana*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 26

c) Tentukan Jenis Makanan

Banyaknya jenis makanan ringan membuat anda harus berpikir kreatif dalam memilihnya. anda harus tahu dulu makanan ringan seperti apa yang anda tawarkan. Misalnya anda harus membuat daftar jenis makanan ringan dari berbagai olahan dasar, seperti keju, singkong, bayam, jagung, buah-buahan, dan lain sebagainya. Anda juga harus menulis daftar mengenai rasa, apakah hanya menyediakan makanan pasar, asin, manis, atau ketiganya. Semakin detail Anda mendaftarkan jenis makanannya, semakin banyak pilihan makanan ringan yang Anda jual, bahkan jika Anda bisa cari keunikan makanan ringan yang Anda jual.<sup>14</sup>

### 3. Etika dalam Distribusi

Ada etika dalam berdistribusi, etika tersebut antara lain :

1. Selalu menghiasi amal dengan niat ibadah dan ikhlas.
2. Memberikan informasi tentang barang secara jujur dan transparan, apa adanya, tidak menggoda, dan menjerumuskan pembeli.
3. Tidak mendistribusikan barang-barang yang membahayakan dan yang diharamkan.
4. Melakukan metode distribusi yang bersifat jujur, memegang amanah, dan berdakwah.

---

<sup>14</sup> <http://id.gopher.co.id/pejuang-agen-distributor-makanan-ringan/#prettyPhoto/0/> di akses tanggal 11 Desember 2015

5. Tidak melakukan kegiatan yang memakan harta secara batil.
6. Tidak melakukan tindakan yang berbau riba dan kezaliman lainnya.
7. Tidak mengurangi ukuran, standar, kualitas, timbangan secara curang.
8. Harus tetap menjaga sifat adil dalam segala bentuk.
9. Melarang kegiatan monopoli yang merusak kepentingan sosial.
10. Mempersiapkan diri untuk menghadapi maut dan akhirat.
11. Mengajukan sifat saling menolong, toleransi dan sedekah.
12. Menjelaskan spesifikasi, kegunaan barang secara jujur, terus terang dan transparan.
13. Melakukan kegiatan saling mewasiatkan kebenaran dan saling menasihati.
14. Tidak melakukan pameran barang yang menimbulkan salah persepsi.
15. Membebaskan konsumen memilih keinginannya, tidak melakukan peksaan, dan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengembalikan barangnya jika salah beli, tida sesuai, dan tidak memuaskannya sesuai yang dijelaskan.
16. Memuat daftar komposisi dan isi barang.
17. Memberikan pelayanan purnajual yang jujur.
18. Tidak pernah lalai ibadah karena kegiatan distribusi dan ritel.
19. Tidak melakukan praktek rakus riba.<sup>15</sup>

Islam tidak menganjurkan praktik, misalnya ”barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan” ; menjual barang yang kadaluarsa dan

---

<sup>15</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 140.

tidak sesuai lagi dengan zamannya atau *out of date*; tidak mendistribusikan barang dan jasa yang mengarah pada perbuatan maksiat, misalnya lestoran, tempat rekreasi, tempat hiburan, panti pijat, atau salon yang digunakan untuk kelakuan perzinaan atau prostitusi, meminum minuman keras, dan menggunakan narkoba.<sup>16</sup>

#### 4. Struktur Armada Penjualan

Struktur armada penjualan yang paling umum :

- a. Teritorial : tiap perwakilan penjualan diberikan suatu daerah eksklusif.

Keunggulannya :

- 1) Memberikan definisi yang jelas atas tanggung jawab wiraniaga.
- 2) Tanggung jawab teritorial mendorong wakil penjualan itu untuk mengembangkan hubungan bisnis lokal dan ikatan pribadi.
- 3) Biaya perjalanan relatif kecil, karena tiap wakil penjualan hanya berkeliling dalam daerah geografi yang kecil.

- b. Produk : karena penting bagi wakil penjualan untuk mengetahui produk serta karena pentingnya pengembangan divisi produk dan manajemen produk, menyebabkan banyak perusahaan membentuk armada penjualannya berdasarkan lini produk.

- c. Pasar : perusahaan sering menspesialisasi armada penjualan mereka menurut industri atau lini pelanggan. Armada penjualan tersendiri

---

<sup>16</sup> Ibid,

dapat dibentuk untuk industri yang berbeda dan bahkan untuk pelanggan yang berbeda.

- d. Rumit : jika suatu perusahaan menjual berbagai jenis produk kepada berbagai jenis pelanggan di daerah geografis yang luas, perusahaan sering menggabungkan beberapa prinsip struktur armada penjualan. Wakil penjualan dapat dispesialisasi menurut teritori – produk, teritori - pasar, produk - pasar, dan lain-lain. Perusahaan perlu merevisi struktur armada penjualannya saat pasar dan kondisi perekonomian berubah.<sup>17</sup>

## **5. Ukuran dan Kompensasi Armada Penjualan**

Setelah perusahaan menetapkan jumlah pelanggan yang ingin dicapainya, ia dapat menggunakan pendekatan beban kerja untuk menetapkan ukuran armada penjualan. Metode itu meliputi langkah-langkah berikut :

- 1) Pelanggan dikelompokkan menjadi kelas-kelas ukuran berdasarkan volume penjualan tahunan
- 2) Frekuensi kunjungan yang diinginkan (jumlah kunjungan penjualan tiap pelanggan per tahun) ditetapkan untuk tiap kelas

---

<sup>17</sup><http://badenblogger.blogspot.co.id/2012/05/mengelola-armada-penjualan.html>, di akses tanggal 11 Desember 2015

- 3) Jumlah pelanggan pada tiap ukuran kelas dikalikan dengan frekuensi kunjungannya sehingga diperoleh beban kerja total untuk negara tersebut, dalam ukuran kunjungan penjualan per tahun
- 4) Jumlah kunjungan rata-rata yang dapat dilakukan seorang wakil penjualan per tahun ditentukan
- 5) Jumlah wakil penjualan yang dibutuhkan ditentukan dengan membagi kunjungan tahunan total yang diperlukan dengan kunjungan tahunan rata-rata yang dilakukan oleh seorang wakil penjualan.<sup>18</sup>

## ***B. Samsarah***

### **1. Definisi *Samsarah***

*Samsarah (simsar)* adalah perantara perdagangan (orang yang menjualkan barang atau mencarikan pembeli), atau perantara antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli.<sup>19</sup>

Menurut Hamzah Ya'qub *samsarah* (makelar) adalah pedagang perantara yang berfungsi menjualkan barang orang lain dengan mengambil upah tanpa menanggung resiko. Dengan kata lain makelar (*simsar*) ialah penengah antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual-beli. Jadi *samsarah* adalah perantara antara biro jasa dengan pihak yang memerlukan jasa mereka (produsen, pemilik

---

<sup>18</sup> Ibid,

<sup>19</sup><http://caknenang.blogspot.co.id/2011/04/konsep-simsarah-dalam-ekonomi-islam.html>, di akses tanggal 3 Januari 2016

<sup>20</sup>ibid,

<sup>21</sup>ibid,



barang), untuk memudahkan terjadinya transaksi jual-beli dengan upah yang telah disepakati sebelum terjadinya akad kerja sama tersebut.<sup>20</sup>

Dalam hal ini Yusuf Qardhawi berpendapat makelar bagi orang luar daerah dibolehkan, karena dapat melancarkan keluar masuknya barang dari luar ke dalam daerah dengan perantaraan si makelar tersebut dengan demikian mereka akan mendatangkan keuntungan bagi kedua belah pihak.<sup>21</sup>

*Simsar* adalah sebutan bagi orang yang bekerja untuk orang lain dengan upah, baik untuk keperluan menjual maupun membelikan. Sebutan ini juga layak dipakai untuk orang yang mencarikan (menunjukkan) orang lain sebagai patrnernya sehingga pihak *simsar* tersebut mendapat komisi dari orang yang menjadi parnernya.

*Al-simsar* (jamak dari *al-simsarah*) adalah perantara antara penjual dan pembeli dalam pelaksanaan jual beli, atau pedagang perantara yang bertindak sebagai penengah antara penjual dan pembeli, yang juga dikenal sebagai *al-dallah*. *Al-simsar* dari bahasa arab, yang berarti juga tiga dalil yang baik, orang yang mahir. Pedagang sudah disebut *al-samasirah* pada masa sebelum Islam tetapi Rasul menyebut mereka *al-tujjar*. Pada masa sebelum Islam, perbedaan *al-samsarah* (perdagangan perantara) biasanya terjadi pada orang kota dan orang yang tinggal di gurun, hal ini dipraktekkan dalam semua aspek transaksi bisnis.

## 2. Hukum Makelar Dalam Islam

Imam Bukhari berkata: “Ibnu Sirin,Artha,Ibrahim,dan Hasan memandang bahwa *simsar* itu boleh”. Ibnu Abbas berkata dalam sebuah hadits dinyatakan:

عن ابن عباس رضي الله عنهما في معنى السمسار قال: لا بأس ان يقول: بع هذا الثوب بكذا فما زاد فهو لك

Artinya:

*“Dari Ibnu Abbas r.a.,dalam perkara pengertian simsar, ia berkata,”Tidak mengapa,kalau seseorang berkata, “Jualah kain ini dengan harga sekian,berapapun lebihnya (dari penjualan itu) adalah untuk engkau.”(HR.Bukhari)*

Adapun kelebihan yang dinyatakan dalam hadits ini adalah: *pertama*, harga yang lebih tinggi daripada harga yang ditentukan si penjual barang. *Kedua*, kelebihan barang setelah dijual menurut harga yang telah ditentukan oleh si pemilik barang kepada si pembeli.<sup>22</sup>

Orang yang menjadi *simsar* dinamakan *komisioner*, *makelar* dan *agen*. Keberadaannya bergantung pada persyaratan atau ketentuan menurut hukum dengan sekarang ini.

Apapun namanya,misalnya *simsar*, *komisioner*, *makelar* dan *agen*, mereka bertugas sebagai perantara dalam menjualkan barang-barang dagangan, baik atas nama sendiri maupun atas nama perusahaan pemilik

<sup>22</sup><http://makalahqsyamalah.blogspot.co.id/2012/06/simsar.html> di akses tanggal 3 Januari 2016

barang. Berdagang secara *simsar* ini dibolehkan dalam agama selama dalam pelaksanaannya tidak terjadi penipuan. Dengan demikian antara pemilik barang dan makelar dapat mengatur suatu syarat tertentu mengenai jumlah keuntungan yang diperoleh pihak makelar.

Untuk menghindari jangan sampai terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka barang-barang yang akan ditawarkan dan diperlukan harus jelas. Demikian juga dengan imbalan jasanya harus ditetapkan bersama lebih dahulu, apalagi nilainya dalam jumlah yang besar. Biasanya kalau nilainya besar, ditandatangani lebih dahulu perjanjiannya didepan notaris.<sup>23</sup>

Makelar (pengacara, konsultan) hendaknya berlaku jujur, dan ikhlas menangani tugas yang dipercayakan kepadanya. Dengan demikian tidak akan terjadi kemungkinan ada penipuan dan memakan harta orang lain (imbalan) dengan jalan haram sebagaimana firman Allah:



Artinya:

---

<sup>23</sup>Ibid,

*“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”.*

Makelar berhak menerima imbalan setelah berhasil memenuhi akadnya, sedangkan pihak yang menggunakan jasa makelar harus memenuhi dengan segera memberikan imbalannya, sesuai dengan hadis Nabi:

*“berilah kepada pekerja itu upahnya sebelum kering keringatnya”.*(HR.Ibnu Majah dari Ibnu Umar, Abu Ya’la dari Abu Huraira, dan Al-Thabrani dari Anas)<sup>24</sup>

### **3. Syarat dan Rukun Samsarah**

Untuk sahnya aqad *samsarah* harus memenuhi beberapa rukun yaitu:

- 1) *Al-Muta'qidani* (makelar dan pemilik harta)

Untuk melakukan hubungan kerja sama ini, maka harus ada makelar (penengah) dan pemilik harta supaya kerja sama tersebut berjalan lancar

- 2) *Mahall al-ta'aqud* (jenis transaksi yang dilakukan dan kompensasi)

Jenis transaksi yang dilakukan harus diketahui dan bukan barang yang mengandung maksiat dan haram, dan juga nilai kompensasi

---

<sup>24</sup>Ibid,

(upah) harus diketahui terlebih dahulu supaya tidak terjadi salah paham.

- 3) *Al-shigat* (lafadz atau sesuatu yang menunjukkan keridhoaan atas transaksi pemakelaran tersebut)

Supaya kerja sama tersebut sah maka, kedua belah pihak tersebut harus membuat sebuah aqad kerja sama (perjanjian) yang memuat hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak.<sup>25</sup>

Secara praktis, pemakelaran terealisasi dalam bentuk transaksi dengan kompensasi upah 'aqdu ijarah atau dengan komisi *aqdu ji'alah*. Maka syarat-syarat dalam pemakelaran mengacu pada syarat-syarat umum 'aqad atau transaksi menurut aturan fikih Islam. Syarat-syarat umum transaksi dapat diterapkan pada *al-aqidani* (penjual dan pembeli) dan *al-shigat*. Sedangkan seorang makelar hanya dibebankan syarat *al-tamyiz* tanpa *al-aqlu wal bulugh* seperti yang disyaratkan pada *al-aqidani*, sebab seorang makelar hanya sebagai penengah dan tidak bertanggung jawab atas transaksi.

Adapun syarat-syarat mengenai *mahall al-ta'aqud* (objek transaksi dan kompensasi), para ulama mensyaratkan objek transaksi yang legal (*masyru*) dan kompensasi yang telah ditentukan (*ma'lum*). Dari penjelasan di atas bisa kita simpulkan bahwa syarat *samsarah* (pemakelaran) adalah syarat-syarat umum

---

<sup>25</sup><http://caknenang.blogspot.co.id/2011/04/konsep-simsarah-dalam-ekonomi-islam.html>, di akses tanggal 3 Januari 2016

transaksi dapat diterapkan pada *al-aqidani* (penjual dan pembeli) dan shigat. Sedangkan seorang makelar hanya dibebankan syarat *tamyiz* tanpa *al-aqlu wal bulugh* seperti yang disyaratkan pada *al-aqidani* sebab seorang makelar hanya sebagai penengah dan tidak bertanggung jawab atas transaksi.<sup>26</sup>

Dari penjelasan diatas bisa kita simpulkan bahwa syarat *samsarah* (pamakelaran) adalah syarat-syarat umum transaksi dapat diterapkan pada *al-aqidani* (penjual dan pembeli) dan shigat. Sedangkan seorang makelar hanya dibebankan syarat *tamyiz* tanpa *al-aqlu wal bulugh* seperti yang disyaratkan pada *al-aqidani*, sebab seorang makelar hanya sebagai penengah dan tidak bertanggung jawab atas transaksi.

Adapun hikmah adanya *samsarah* adalah dimana manusia itu saling membutuhkan satu sama lain dalam mengisi kehidupannya. Banyak orang yang tidak mengerti cara membeli atau menjual barang mereka. Maka dalam keadaan demikian, diperlukan bantuan orang lain yang berprofesi selaku *samsarah* yang mengerti betul dalam hal penjualan dan pembelian barang dengan syarat mereka akan memberi upah atau komisi kepada makelar tersebut.<sup>27</sup>

Seperti yang telah di uraikan di atas, jelaslah bahwa *samsarah* itu merupakan suatu perantara perdagangan antara penjual dan

---

<sup>26</sup>Ibid,

<sup>27</sup><http://caknenang.blogspot.co.id/2011/04/konsep-simsarah-dalam-ekonomi-islam.html>, di akses tanggal 3 Januari 2016

pembeli. Pihak *samsarah* berhak mendapat upah (gaji) dan berkewajiban bekerja semaksimal mungkin sehingga tidak ada yang merasa dirugikan dalam pemenuhan hak baik dari pihak *samsarah* sendiri maupun dari pihak perusahaan. Kewajiban pihak perusahaan adalah membayar upah para pekerja (*simsar*) dimana mereka telah bekerja untuk perusahaan dengan semaksimal mungkin. Kegunaan adanya *samsarah* adalah untuk mencegah adanya orang-orang yang tidak bertanggung jawab.<sup>28</sup>

Jumlah upah atau imbalan jasa juga harus dimengerti betul oleh orang yang memakai jasa tersebut, jangan hanya semena-mena dalam pemenuhan hak dan kewajiban, pihak pemakai jasa harus memberikan kepada makelar yaitu menurut perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak untuk mencegah kekeliruan atau kezaliman dalam pemenuhan hak dan kewajiban di antara mereka.

#### **4. Bentuk dan Kerjasama *Samsarah***

Pada zaman modern ini, pengertian perantara sudah lebih luas, termasuk jasa pengacara, jasa konsultan, tidak hanya mempertemukan orang yang menjual dengan orang yang membeli saja, dan tidak hanya menemukan barang yang dicari dan menjualkan barang saja. Bentuk kerja sama dalam aqad *samsarah* itu ada dua, yaitu bentuk kerja sama yang menjual barang dan bentuk kerja sama yang menjual jasa.<sup>29</sup>

#### **5. Pembagian Keuntungan dan Resiko *Samsarah***

---

<sup>28</sup>Ibid,

<sup>29</sup>Ibid,

Upah makelar menurut undang-undang disebut provisi, dalam praktek hal ini disebut *courtage*. Untuk menghindari jangan terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, maka barang-barang yang akan ditawarkan dan diperlukan harus jelas. Supaya tidak timbul salah paham, begitu juga dengan imbalan jasa dan pembagian keuntungan harus ditetapkan lebih dahulu, apalagi nilainya dalam jumlah yang besar. Biasanya, kalau nilainya besar ditandatangani perjanjian di hadapan notaris.

Dalam masyarakat juga berlaku kebiasaan (adat-istiadat), bahwa imbalannya tidak ditentukan dan hanya berlaku sebagaimana biasanya yaitu 2,5% dari nilai transaksi. Ada juga yang berlaku 2,5 % dari penjualan dan 2,5 % dari pembeli.

### العادة محكمة

Artinya :

“Adat kebiasaan itu, diakui sebagai sumber hukum.”

Supaya tidak terjadi salah paham, maka pemilik barang dan *samsarah* dapat mengatur suatu syarat tertentu mengenai jumlah keuntungan yang diperoleh pihak *samsarah*. Boleh mengambil dalam bentuk persentase (komisi) atau mengambil kelebihan dari harga yang ditentukan oleh pemilik barang, itu semua tergantung kesepakatan kedua belah pihak.

Islam menyukai perdamaian, jadi supaya tidak ada yang berselisih paham maka dari itu Islam menganjurkan untuk membuat sebuah



perjanjian baik tertulis ataupun tidak tertulis supaya kerja sama yang mereka lakukan akan bermanfaat dan memperoleh keuntungan.<sup>30</sup>

Menurut Subekti, kata resiko berarti kewajiban untuk memikul kerugian kalau diluar kesalahan salah satu pihak yang menimpa benda yang dimaksudkan dalam perjanjian. Sedangkan menurut pendapat lainnya, resiko ialah kewajiban untuk memikul kerugian jika terjadi keadaan memaksa, yaitu peristiwa bukan karena kesalahan debitur, yang menimpa benda yang menjadi obyek perikatan atau menghalangi perbuatan debitur memenuhi prestasi.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup>Ibid,

<sup>31</sup>Ibid,