

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan untuk terus membangun hingga mempertahankan perusahaannya akan terus berusaha dan bersaing dengan perusahaan yang bergerak di bidang yang sama untuk memenuhi kebutuhan pasar. Hal itu bertujuan agar perusahaan tersebut mampu bertahan dengan kerasnya dunia persaingan. Untuk bersaing demi kemajuan perusahaan banyak pengusaha ingin terus melebarkan sayapnya sehingga perusahaan yang dimiliki atau yang dipimpinnya terus berinovasi dan berusaha mencapai pasar-pasar yang sulit dijangkau.

Sehingga para pemimpin perusahaan perlu melakukan manajemen pemasaran untuk bersaing di dunia pasar. Manajemen pemasaran adalah kegiatan yang fungsinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan. Untuk dapat mengidentifikasi apa yang dibutuhkan konsumen, maka pembisnis perlu melakukan riset pemasaran, di antaranya berupa survey tentang keinginan konsumen, sehingga pembisnis bisa mendapatkan informasi mengenai apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh konsumen.¹

Dalam manajemen pemasaran yang dilakukan, dapat merumuskan rencana strategi pemasaran kompetitif yang efektif, perusahaan perlu mendapatkan sejauh mungkin segala sesuatu mengenai pesaingnya. Perusahaan harus terus-menerus

¹Sule:Ernie Tisnawati dan Kurniawan Syaifullah, *Pengantar Manajemen*, Jakarta, 2005, h,14

membandingkan produk, harga, saluran dan promosi miliknya dengan pesaingnya. Dengan cara ini perusahaan akan dapat menemukan kekurangan dan keunggulan kompetitif yang ada, dan dapat melakukan kampanye yang kuat terhadap pesaing dan bila perlu dapat menyiapkan pertahanan yang kuat terhadap aksi pesaing.²

Terutama jika perusahaan yang bergerak dibidang teknologi informatika, yang harus menguasai pasaran daerah-daerah terpencil. Sehingga produk usaha baik barang atau jasa yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat pada umumnya.

Perusahaan yang terus berkembang biasanya di perlukan rekan atau mitra kerja yang memiliki tujuan dan konsep yang sama dalam menjalankan usahanya. seperti jenis usaha layanan provider yang menjadi salah satu kebutuhan masyarakat maju. PT. Exelcominda Pratama atau yang lebih dikenal dengan nama PT. XL Axita yang menjadi salah satu provider yang memiliki jaringan dan layanan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat terpencil. Pada tahun 1996, XL memasuki sektor telekomunikasi setelah mendapatkan izin operasi GSM 900 dan secara resmi meluncurkan layanan GSM.

Dengan demikian, XL menjadi perusahaan swasta pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telepon selular. XL telah berkembang dari perusahaan kecil yang menjual layanan dasar telepon menjadi salah satu perusahaan telekomunikasi besar di tanah air, dengan infrastruktur jaringan dan layanan yang sangat luas di seluruh tanah air. XL menyediakan layanan untuk pelanggan ritel dan menawarkan solusi bisnis kepada pelanggan perusahaan.

²Ginting : Nembah F. Hartimbul., *Manajemen Pemasaran*, Bandung, 2011, h.241

Jaringan XL menggunakan teknologi GSM 900/DCS 1800 dan IMT 2000/3G XL juga memiliki beberapa lisensi, termasuk *closed regular network (leased line)*, *Internet Service Provider (ISP)*, *Voice over Internet Protocol (VoIP)*, dan *Internet interconnection services (NAP)*. XL bahkan telah memperoleh lisensi untuk *Money* (uang elektronik) dari Bank Indonesia, yang memungkinkan XL menyediakan layanan pengiriman uang. Dengan semakin berkembangnya usaha yang dijalankan maka PT. XL Axiata melakukan kerjasama dengan perusahaan Dealer nasional yang mampu bekerjasama mendistribusikan produk-produk dan layanan XL. Oleh karena itu PT. XL Axiata menjadi perusahaan produsen penyedia layanan, dan menggandeng PT. Excel Utama Indonesia sebagai mega dealer yang terus mendukung dan mengembangkan jumlah pelanggan setia XL.³

Manajemen pusat XL Axiata memiliki laporan yang mampu mengecek jumlah pelanggan XL di seluruh daerah di Indonesia untuk meningkatkan *revenue* area masing-masing. Oleh karena itu XL pusat memberikan arahan kepada XL area untuk menambah atau memperbanyak pengguna XL di area masing-masing. Sehingga XL area memiliki target yang harus di penuhi untuk melakukan pengaktifan stok kartu perdana baru untuk dapat di deteksi bertambahnya pelanggan XL di area mereka. Namun hal ini merupakan salah satu hambatan yang terjadi di lapangan, karena tidak semua orang terus melakukan pengaktifan kartu perdana baru. Sehingga XL area harus melakukan jalan alternative sebagai

³ www.xl.co.id

cara meningkatkan *revenue* area mereka, oleh karena itu XL melakukan kerjasama dengan EUI sebagai dealernya.⁴

PT. Excel Utama Indonesia(EUI) adalah perusahaan yang menjadi salah satu dealer Nasional, yang bergabung menjadi distributor XL sejak tahun 2007 dan terus berkembang. Selama perkembangan PT. Excel Utama Indonesia (EUI) dipercaya untuk menjadi mitra dealer di seluruh regional Indonesia yang ada dengan jumlah 14 kantor cabang. PT. Excel utama Indonesia merupakan anak perusahaan Tiphone Mobile Indonesia yang pada awalnya Perseroan memperjual belikan telepon selular bermerek lokal Tiphone dengan desain terbaru dan fitur terlengkap dan harga yang kompetitif dibandingkan produk-produk sejenis lainnya. Bidang usaha Perseroan ini makin diperluas dengan didirikannya anak perusahaan yang bergerak dibidang jasa reparasi telepon selular yaitu PT. Setia Utama Service (SUS) serta anak perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengadaan konten telepon selular (*content provider*) yaitu PT Setia Utama Media Aplikasi (SUMA) pada bulan Juli 2008.⁵

Selanjutnya, untuk memperkuat jalur distribusi dan pertumbuhan kinerja keuangan, Perseroan telah mengakuisisi PT. Telesindo Shop (TS) sebagai anak perusahaan yang mendistribusikan layanan provider Telkomsel dan PT. Excel Utama Indonesia (EUI) sebagai distributor provider XL Axiata sejak awal tahun 2007. Sinergi positif antara Perseroan dan Anak Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kinerja Perseroan.

⁴ Wawancara dengan Bapak Heri Adiwinata, Area Manager PT. XL Axiata Sum - 3

⁵ www.eui.co.id

PT. Excel utama Indonesia (EUI) menjadi dealer dengan fokus area terbanyak dan mempunyai manajemen yang rapi dan teratur, yang membawahi lebih dari 900 karyawan, dimana 500 tenaga pemasaran lapangan yang menjangkau outlet retail tradisional dan modern, sekolah dan komunitas.

Pada saat ini, jumlah *downline* yang dilayani oleh PT. Excel Utama Indonesia (EUI) mencapai jumlah 26.000 lebih *downline* yang setiap hari terus berkembang pesat. PT. Excel Utama Indonesia (EUI) berkomitmen penuh untuk terus mendukung dan bermitra dengan PT. XL Axiata, Tbk untuk terus mengembangkan dan menjadikan XL sebagai operator terbaik.⁶

Distributor merupakan badan usaha yang bertindak untuk dan atas namanya sendiri. Membeli dari produsen dan menjual kembali kepada konsumen. Oleh karena itu PT. EUI memiliki kewajiban memasarkan produk XL kepada masyarakat di wilayahnya. PT. EUI akan membeli produk XL Axiata berupa berbagai macam kartu perdana, voucher pulsa, dompul maupun produk-produk handphone dari XL. Kemudian EUI pusat akan mengalokasikan produk-produk tersebut kepada kantor-kantor EUI wilayah yang tersebar diseluruh Indonesia.

PT. EUI sendiri memiliki manajemen yang sangat baik, setiap kantor wilayah cabang memiliki kewajiban untuk menjual produk tersebut dengan memberikan kewenangan pemasaran sesuai dengan pasaran wilayahnya meskipun penentuan harga dan manajemennya dikembalikan ke EUI pusat. Oleh karena itu dari 14 kantor cabang seluruh Indonesia akan bersaing untuk memberikan layanan terbaik sesuai dengan kreativitasnya dalam menjalankan program, namun hal itu

⁶ Wawancara dengan Ibu Putri Dahlia, HRD PT. Excel Utama Indonesia Cabang Banyuasin

tetap dalam pengawasan owner maupun manajer pusat. Dalam usaha mendapatkan *revenue* tinggi maka setiap kantor wilayah diwajibkan menjalankan program-program baik program yang berasal dari mitra bisnis (XL Axiata) ataupun program dari manajemen pusat EUI. Program yang dilakukan oleh EUI cabang wajib menggunakan proposal maupun berita acara sebagai bukti bahwa EUI cabang tersebut memang benar melakukan pemasaran dan penjualan yang di tetapkan oleh manajemen. Sehingga program tersebut mendapat persetujuan dari manajemen pusat dan dapat dijalankan.⁷

Setiap bulan EUI cabang diberikan alokasi yang telah dibeli lunas dari XL Axiata berupa produk-produk XL dengan jumlah dan item yang di tetapkan oleh manajemen EUI pusat. Dengan tujuan produk-produk tersebut habis terjual oleh EUI cabang masing-masing. Pengalokasian produk awalnya di minta oleh pihak *finance* EUI cabang masing-masing sesuai dengan kebutuhan kantor wilayah masing-masing. Dengan demikian setiap *branch manager* cabang harus mampu menjual habis produk-produk tersebut agar EUI cabang tersebut mendapatkan *revenue* dari XL Axiata maupun EUI pusat.

Jika stok perdana tersebut mati atau masuk masa *expired* maka EUI cabang berkewajiban mengganti produk-produk tersebut dengan harga normal kepada manajemen dealer pusat atau EUI pusat. Atau dengan kata lain setelah barang-barang yang telah di distribusikan ke EUI cabang maka produk-produk tersebut harus habis terjual. Namun yang dipermasalahkan adalah jika produk-produk tersebut mendekati masa *expired*. Ada cara yang bisa dilakukan oleh EUI cabang

⁷ wawancara dengan Bapak Oktariansyah SPV Promo EUI MUBA

yakni dengan melakukan program aktivasi, yang dimaksud dengan program aktivasi ini adalah mengaktifkan stok perdana yang telah memasuki masa *expired* sehingga mengganti status stok perdana tersebut dari barang segel menjadi barang aktif yang memiliki masa aktif hanya 30 hari. Stok perdana yang kurang dari satu bulan dapat dilakukan aktivasi untuk menambah masa aktifnya hingga satu bulan kedepan setelah dilakukan aktivasi. Namun hal ini memerlukan dana yang cukup banyak untuk mengganti produk yang segel menjadi produk aktif, karena jika tidak melakukan aktivasi produk akan berstatus mati sehingga EUI cabang harus mengganti produk tersebut ke EUI pusat.⁸

Dengan status produk aktif inilah produk akan dinilai lebih murah oleh pelanggan dengan demikian EUI harus menurunkan harga awal, hal ini dikarenakan kartu perdana tersebut akan mati. Namun EUI cabang tentunya akan mengalami kerugian karena ada selisih harga dari harga jual di lapangan dan yang akan di setor kepada EUI pusat. Oleh karena itu EUI cabang di perbolehkan melakukan *sharing Budget* dengan perusahaan produsen nya untuk melakukan aktivasi produk perdana, yang mana EUI wilayah akan mampu meminimalisir kartu perdana yang akan mati sedangkan XL akan memiliki jumlah pelanggan yang terus bertambah.

Namun dalam kerjasama yang dilakukan oleh kedua belah pihak di anggap tidak sesuai dengan syariah. Karena dalam pandangan Islam kerjasama antara dua pihak atau lebih seharusnya saling berbagi keuntungan bersama sehingga tidak ada salah satu pihak yang di rugikan. Dalam kerjasama tersebut harus di lihat

⁸ wawancara dengan Ibu Dini SPV Finance MUBA

berapa besar anggaran biaya yang akan dilakukan oleh kedua belah pihak agar kedua nya mampu menganggarkan dana untuk melakukan kerjasama. Sehingga keuntungan yang akan di peroleh dapat dibagi sesuai dengan kesepakatan. Begitu juga dengan kerugian yang akan di tanggung, diharapkan dalam proses kerjasama kerugian mampu di tangani bersama. Dalam kerjasama yang dilakukan produk XL di beli secara tunai oleh dealer EUI sehingga EUI harus bisa menjual habis semua produk XL. Sehingga hal ini rentan sekali terjadi kecurangan yang terjadi karena dalam bisnis risiko barang tidak habis terjual sangat besar, Sementara XL menargetkan semua produknya dapat terjual habis.

Oleh sebab itu berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengambil judul tentang **“Analisa *Sharing Budget* PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia Dalam Program Aktivasi Peningkatan *Revenue* Ditinjau Dalam Ekonomi Islam (Studi Kasus PT. Excel Utama Indonesia Cabang Banyuasin).**

B. Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas yaitu :

1. Mengapa PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia melakukan *Sharing Budget* dalam program aktivasi peningkatan *Revenue* ?
2. Bagaimana *sharing budget* yang dilakukan PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia dalam peningkatan *Revenue* ?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap *sharing budget* antara PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia ?

C. Tujuan dan kegunaan

Tujuan :

1. Untuk mengetahui alasan PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia melakukan *Sharing Budget* dalam program aktivasi penambahan *Revenue*.
2. Untuk mengetahui bagaimana *sharing budget* yang dilakukan PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia dalam penambahan *Revenue*.
3. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap *sharing budget* antara PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia.

Kegunaan :

1. Bagi penulis

Untuk memberikan wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi penulis dalam menganalisa *sharing budget* yang dilakukan PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia dalam program aktivasi peningkatan *Revenue*. Sehingga dapat mengaplikasikannya dalam dunia kerja dan di masyarakat luas untuk berprinsip sesuai syariah. Setiap usaha yang dilakukan orang Islam bisa menjadi ibadah yang berpahala, apabila dimaksudkan untuk mendapatkan keridhaan Allah semata.⁹

2. Bagi pihak Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia dalam melakukan *sharing budget* dalam meningkatkan *revenue* perusahaan yang di tinjau dalam sistem ekonomi bisnis Islam. Agar dapat berbisnis sesuai dengan prinsip syariah sehingga tidak terjadi kecurangan diantara kedua belah pihak.

⁹Kasmir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an*, Palu, 2011, hal.88

3. Pihak Lain

Dapat memberikan informasi dan pengetahuan kepada pihak lain bahwa dalam program yang dilakukan oleh PT. Excel Utama Indonesia dalam program peningkatan *Revenue* melakukan *sharing budget* dengan PT. XL Axiata.

D. Telaah pustaka

Table 1.1
Telaah Pustaka

No	jenis	Nama Penulis/Judul/Asal Skripsi/Tahun	Metodologi Penelitian	Hasil
1	Skripsi	Alfian/ Pelaksanaan akad Murabahah untuk pembiayaan modal usaha (studi pada BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta)/ Yogyakarta/2012	<p>jenis penelitian adalah kualitatif jenis sumber data primer</p> <p>teknik pengumpulan data adalah <i>field research</i></p> <p>Teknik analisis data dengan cara menganalisis induktif atau menganalisis fakta-fakta khusus sehingga bersesuaian dengan fenomena yang ada</p>	<p>PT. BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta, salah satu akad yang digunakan untuk pembiayaan modal usaha adalah akad murabahah. Akad murabahah yang seharusnya digunakan untuk transaksi jual-beli yang tujuannya bersifat konsumtif ini digunakan untuk pembiayaan modal usaha bagi nasabahnya</p> <p>ada tiga alasan PT. BPRS Margirizki menggunakan akad Murabahah untuk pembiayaan modal usaha yaitu, alasan ekonominya dapat menentukan margin yang di inginkan, Alasan Kulturalnya meminimalkan kerugian bank, Alasan Administrasinya mempermudah administrasi laporan PT. BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta kepada Bank Indonesia</p>
2	Tesis	Koeswiyono/ kerjasama operasional (KSO) antara PT. Telkom (BUMN) dengan mitra usahanya di	<p>Jenis apenelitian adalah kualitatif</p> <p>Jenis dan sumber data primer dan</p>	<p>Alasan dilakukannya kerjasama antara PT. Telkom dan kelima mitra usahanya yakni, perluasan dan pembangunan jaringan baru, menetapkan kembali strategi</p>

		bidang telekomunikasi/Universitas Diponegoro/Semarang/ 2003	sekunder Tekhnik pengumpulan sample adalah <i>purposive sampling</i> tekhnik analisis data dengan cara analisis induktif	yang tepat, upaya pencapaian <i>World class operator</i> , melibatkan kepada swasta nasional dalam pertelekomunikasian Nasional konsekuensi dari hubungan kerjasama PT. Telkom merupakan peristiwa hukum perdata yang memuat klausul-klausul hak dan kewajiban PT. Telkom dan kelima mitranya serta penerapan hak beli opsi PT. Telkom setelah perjanjian selesai. pengawasan dalam skema operasi meliputi dua jenis pengawasan yakni pengawasan internal dan pengawasan eksternal.
3	Tesis	Bambang Setiawan/ pelaksanaan perjanjian kerjasama antara pemilik sarana apotik (PSA) dengan apoteker pengelola apotik (APA) di kota Semarang/ Semarang/2007	jenis penelitian adalah kualitatif jenis sumber data primer dan sekunder tekhnik pengumpulan data adalah tekhnik <i>purposive sampling</i> tekhnik analisis data dengan cara analisis deskriptif kualitatif.	Perjanjian antara Pemilik Sarana Apotik dengan Apoteker Pengelola Apoteker jika dilihat dari sudut komposisi modal maka termasuk perjanjian kerjasama karena kedua belah pihak bersedia bekerja sesuai porsi masing-masing. Berdasarkan hasil penelitian dilapangan pemilik apotik sebagai pemilik modal, kekayaan, dan perlengkapan apotik sedangkan petugas apotik sebagai pengurusnya.

Sumber : Dari berbagai sumber

Dari table 1.1 telaah pustaka terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Perbedaan pertama yakni, dalam penelitian yang dilakukan oleh Alfian yang berjudul pelaksanaan akad Murabahah untuk

pembiayaan modal usaha di BPRS Margirizki Bahagia Yogyakarta akad yang dilakukan adalah akad *Mudharabah* yakni akad untuk jual beli yang bersifat konsumtif yang digunakan untuk pembiayaan modal usaha bagi nasabahnya. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai kerjasama yang dilakukan oleh PT. XL Axiata dan PT. EUI untuk menjalankan program *Sharing Budget* program aktivasi peningkatan *Revenue* kedua belah pihak menjalankan kerjasama berdasarkan perjanjian yang mengikat sehingga keuntungan dan kerugian akan di tanggung oleh satu pihak.

Perbedaan dengan telaah pustaka kedua yang dilakukan oleh Koeswiyono yang berjudul kerjasama operasional (KSO) antara PT. Telkom (BUMN) dengan mitra usahanya dibidang telekomunikasi adalah jika dalam penelitian tersebut kedua belah pihak tidak terlepas dari perikatan yang dibuat antara para pihak yang membuatnya. Dasar dari hubungan hukum adalah bentuk perjanjian kerjasama operasional secara tertulis, yang didalamnya memuat klausul-klausul yang mengatur hak dan kewajiban PT. Telkom dan mitra usaha serta penerapan hak opsi beli Telkom setelah berakhirnya perjanjian. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan di PT. XL Axiata dan PT. EUI kerjasama yang dilakukan telah mengatur hak dan kewajiban kedua belah pihak namun penjualan produk yang dibebankan kepada PT. EUI sehingga rentan terjadi kerugian di satu pihak.

Perbedaan ketiga pada telaah pustaka yakni penelitian yang dilakukan oleh Bambang setiawan mengenai pelaksanaan perjanjian kerjasama antara pemilik sarana apotik (PSA) dengan apoteker pengelola apotik (APA) dikota Semarang adalah jika dalam penelitian tersebut di peroleh hasil bahwa pemilik apotik

sebagai penyedia modal dan perlengkapan apotik sehingga petugas apotik hanya menjalankan usaha tersebut sesuai keputusan yang di sepakati bersama. Sedangkan PT. XL Axiata dan PT. EUI bekerjasama namun keduanya memberikan modal untuk bisnis yang dilakukan.

E. Kerangka Teori

Tujuan perusahaan memproduksi atau memasarkan suatu produk, baik perusahaan dagang ataupun jasa selalu berpatokan kepada apa yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut. Tujuan perusahaan dalam memasarkan produknya ini dapat bersifat jangka pendek dan jangka panjang. Penentuan sasaran perusahaan dalam memasarkan produknya sangat penting untuk diketahui, sehingga dapat disusun target yang akan dicapai melalui berbagai strategi pemasaran yang akan diterapkan nantinya. Jika tujuan perusahaan sudah kita ketahui, maka dapatlah kita susun strategi yang akan di jalankan untuk mencapai tujuan tersebut.¹⁰

Dalam ekonomi kapitalis, dimana kebanyakan bisnis dimiliki oleh pihak swasta, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Pemilik dan operator dari sebuah bisnis mendapatkan imbalan sesuai dengan waktu, usaha, atau kapital yang mereka berikan. Namun tidak semua bisnis mengejar keuntungan seperti ini, misalnya bisnis koperatif yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan semua anggotanya atau institusi pemerintah yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Model bisnis

¹⁰ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta, 2012, hal. 42

seperti ini kontras dengan sistem sosialistik, dimana bisnis besar kebanyakan dimiliki oleh pemerintah, masyarakat umum, atau serikat pekerja.

Dengan demikian bisnis dan kerjasama sangat erat kaitannya, dalam Islam Kerjasama atau yang disebut dengan *syirkah* menurut bahasa berarti *al-ikhtilal* yang artinya campur atau percampuran. Maksudnya adalah seseorang yang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain sehingga tidak mungkin untuk dibedakan. Dalam melakukan *syirkah* ini seseorang yang memiliki suatu usaha melakukan kerjasama dengan pihak lain untuk mendapatkan keuntungan bersama. Dengan usaha yang nyata dan manajemen yang jelas agar bisnis yang akan dijalankan terhindar dari proses riba. Dengan menjalankan kerjasama yang baik maka keuntungannya akan dibagi sesuai dengan nisbah yang ditentukan dan jika terjadi kerugian maka akan ditanggung oleh dua belah pihak.

Musyarakah menurut mayoritas ulama *Fiqh* adalah adanya para pihak yang bekerja sama (*syarik*), modal (*ra'sul maal*), usaha/proyek (*al-masyuru'*) dan pernyataan kesepakatan (*ijab-kabul*). Para pihak yang bekerjasama harus kompeten dalam memberikan atau diberikan kekuasaan perwakilan, modal yang diberikan harus uang tunai atau asset yang bernilai sama atau dianggap tunai dan disepakati para mitra, dan partisipasi para mitra sama atau dianggap tunai dan disepakati para mitra, dan partisipasi para mitra dalam pekerjaan adalah suatu hal mendasar, sekalipun salah satu pihak boleh menangani pekerjaan lebih banyak dari yang lain dan berhak menuntut pembagian keuntungan lebih baginya.¹¹ Akad yang digunakan saat melakukan system kerjasama yang mana kedua belah pihak

¹¹ Djamil, Fathurrahman, *Penerapan hukum perjanjian dalam transaksi di lembaga keuangan syariah*, Jakarta, 2013,. h. 105

menanam modal dan mendapatkan bagi hasil dengan nisbah yang telah ditentukan yakni akad *musyarakah*.

Musyarakah secara bahasa berarti percampuran (*ikhtilath*), yaitu pencampuran antara sesuatu dengan yang lainnya, sehingga sulit untuk dibedakan. Secara terminology, sekalipun para ahli fiqh memberikan defisini yang beragam, tetapi secara substansi memiliki kesamaan, yaitu kerjasama usaha antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.¹²

Para mitra (*syarik*) bersama-sama menyediakan dana untuk mendanai suatu usaha tertentu dalam *musyarakah*, baik usaha yang sudah berjalan maupun yang baru. Selanjutnya mitra dapat mengembalikan dana tersebut dan bagi hasil yang telah disepakati nisbahnya secara bertahap atau sekaligus kepada entitas (mitra lain). Dalam kegiatan usaha yang sesuai akad *musyarakah* ini keduanya akan menanamkan modal sesuai kesepakatan kedua belah pihak. Jika salah satu mitra memberikan kontribusi atau nilai lebih dari mitra lainnya dalam akad *musyarakah* maka mitra tersebut dapat memperoleh keuntungan lebih besar untuk dirinya. Bentuk keuntungan lebih tersebut dapat berupa pemberian porsi keuntungan yang lebih besar dari porsi dananya atau bentuk tambahan keuntungan lainnya.

Porsi jumlah bagi hasil untuk para mitra ditentukan berdasarkan nisbah yang disepakati dari pendapatan usaha yang diperoleh selama periode akad bukan dari jumlah investasi yang disalurkan. Pengelola *musyarakah* mengadministrasikan transaksi usaha yang terkait dengan investasi *musyarakah* yang dikelola dalam pembukuan tersendiri. Hal ini untuk menghindari terjadinya ketidakadilan bagi kedua belah pihak.

¹² Ibid. hlm 165

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ
 لِيَبْغِيَ بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ
 مَا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ ۖ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Artinya "Daud berkata: "Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.¹³

Dalam ayat tersebut tidak dijelaskan secara jelas mengenai *Musyarakah* namun dalam surat tersebut Allah SWT telah mengatur dan mengawasi aturan dalam menjalankan kerjasama. Sehingga tujuan kerjasama seharusnya dapat diperoleh kedua belah pihak.

Bisnis syariah bukan hanya dilihat dalam pengaturan modal yang digunakan tetapi juga hukum bisnis syariah memiliki karakteristik tersendiri yang harus di pahami oleh para pelaku bisnis. Yang pertama dalam menjalankan bisnis syariah yaitu menjaga Agama, maksudnya adalah peraturan, tata cara, upacara hubungan manusia dengan raja, *igama* dalam hububungannya dengan dewa-dewa dan *ugama* dalam hubungannya dengan manusia. dalam ungkapan populer yang boleh jadi merujuk dari salah satu hadist Nabi Muhammad SAW, menyatakan *ad-dinu al-mu'amalat* (agama itu adalah muamalat). Prinsipnya hukum asal *muamalat* itu

¹³ Q.S. Şâd ayat 24

diperbolehkan (*ibahah*). Dan pengharaman muamalat dikembalikan pada kaidah pokok, kebohongan dan kepalsuan, kecurangan dan tipu muslihat, dan riba.¹⁴

Kedua hukum bisnis syariah untuk menjaga jiwa maksudnya adalah perlindungan terhadap kehidupan fisik dan psikis manusia beserta keselamatannya. Itu berarti, semua hal yang sekiranya menyakiti fisik dan menyusahkan psikis manusia diharamkan hukumnya. Dan tanggung jawab untuk menjaga jiwa (*hafz h an-nafs*) dibebankan pada setiap individu, termasuk masyarakat.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ إِلَّا أَنْ

تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Aritinya : “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.”¹⁵

Ayat suci ini menegaskan bahwa barangsiapa yang menyia-nyiakan sebuah jiwa, maka seakan-akan ia telah menyia-nyiakan seluruh jiwa manusia, karena antara jiwa yang satu dengan jiwa lainnya tidak ada perbedaan. Jadi, hukum bisnis syariah dalam menjaga jiwa berimplikasi sangat luas, di antaranya

¹⁴ Kadir, *hukum bisnis syariah dalam Al-Quran*, Jakarta: AMZAH, 2010, hlm. 125

¹⁵ Q.S An- Nisâ ayat 29

pemerintah untuk memetui semua peraturan yang telah ditetapkan dalam islam, yang memang memiliki tujuan menjaga eksistensi manusia dan mencegah terjadinya pertumpahan darah.¹⁶

Yang ketiga hukum bisnis syariah untuk menjaga keturunan, artinya keturunan umat manusia di atas bumi oleh karena itu menjaga keturunan mempunyai arti menjaga keberlangsungan generasi masa depan. Upaya menjaga kesinambungan generasi manusia antara lain disebut Al-Qur'an.

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ

وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

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.”¹⁷

Oleh karena itu, kewajiban pokok yang penting diperhatikan bagi keturunan, ialah, pendidikan keimanan sekaligus pengamalan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari, memelihara pertumbuhan rohani dan akal pikirannya dengan ilmu pengetahuan beserta keterampilan supaya mereka mampu menjadi

¹⁶ Kadir,op. cit. hlm. 127

¹⁷ Q.S An- Nisâ ayat 9

generasi yang cerdas, memelihara pertumbuhan jasmani dengan rizki yang halal dan baik sehingga menumbuhkan suatu generasi yang sehat.¹⁸

Karakteristik hukum bisnis syariah yang keempat adalah menjaga akal, makhluk Tuhan yang mempunyai akal hanyalah manusia. Akal merupakan cahaya yang dengan jiwanya dapat mengetahui sesuatu yang tidak dapat diketahui oleh panca indera, *Nûrun ruhaniyyun bihi tadrikunnafsa mâ lâ tadrikuhu bi al-hawâsi*.¹⁹

Dan sekalipun akal manusia secara fitrah mampu mengetahui sebagian dari kebaikan dan keburukan sesuatu, namun jauh lebih banyak kebaikan dan keburukan lainnya yang tidak bisa ia ketahui.²⁰ Ajaran-ajaran agama tersebut baru dapat terlaksana dengan baik jika akal telah digunakan secara optimal untuk memahami dan memikirkan berbagai ketentuan syar’I, sehingga manusia yang biasa disebut *hayawan nathiq* bisa mengerti dan mengetahui tirai rahasia yang terkandung di dalamnya, baik tersurat maupun tersirat. Tentu saja, tidak dapat melaksanakan kewajiban agama dengan sempurna, manusia yang tidak berakal (kurang sempurna akalnya).²¹

¹⁸ Ibid, hlm. 129

¹⁹ Lois Ma’luf, *Al Munjid Fil Lughat*, Beirut: Al Maktabatul Kathulikiyyah, hlm. 520

²⁰ Ali Ahmad Al- Jarjawi, *indahnya syariat Islam (Hikmah At-Tasyri’ wa Falsafatuhu)*. Penerjemah Faisal Saleh, dkk). 2006, hlm. 10

²¹ Kadir, *op.cit.*, hlm. 132

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ

وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

*Artinya : “dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.”*²²

Orang-orang yang belum sempurna akalnya ialah anak yatim yang belum baligh atau orang dewasa yang tidak dapat mengatur harta bendanya. Oleh karena itu, hukum bisnis syariah mengatur semua itu dalam bingkai *hifzh al-‘aql* (menjaga akal).²³

Yang terakhir hukum bisnis syariah adalah untuk menjaga harta, maksudnya ialah segala apa pun yang dimiliki dan digunakan oleh seseorang, berupa uang, rumah, perabot, mobil, tanah, kebun ternak dan sebagainya. Kata harta (*al-mâl*) dengan berbagai derivasinya disebut sebanyak 86 kali dalam Al-Qura’an. Hal ini mengisyaratkan bahwa umat Islam harus bisa memperbanyak dan terus mengembangkan harta dengan berbagai kegiatan produksi (menyediakan

²² Q.S An- Nisâ ayat 5

²³ Kadir, op. cit., hlm. 132

barang-barang), distribusi (penyaluran barang-barang), dan konsumsi (menggunakan barang-barang).²⁴

Harta bagi manusia bisa menjadi nikmat, dan bencana, tergantung niat, cara mendapatkannya, dan cara pandang terhadap harta. Apabila perbuatannya dengan harta sesuai dengan apa yang dicintai dan di ridhai Allah SWT, serta sesuai dengan syariah maka ia akan mendapatkan nikmat dan pahala yang besar di dunia dan akhirat. Namun, juga sebaliknya maka siksaan yang akan didapatkan.²⁵

Menurut sebagian ulama ada lima macam harta. Pertama, diperoleh dengan taat kepada Allah (halal) dan dibelanjakan di jalan Allah. Itulah sebaik-baiknya harta. Kedua, diperoleh dengan jalan maksiat (haram) dan dibelanjakan dalam maksiat. Itulah seburuk-buruk harat. Ketiga, diperoleh dari jalan haram dan dibelanjakan pada yang halal. Itulah harta yang buruk. Keempat, diperoleh dari yang buruk. Kelima, diperbolehkan dari yang mubah dan dibelanjakan pada yang mubah. Ini tidak menguntungkan dan tidak merugikan, tidak berpahala, dan tidak pula berdosa.²⁶

Barangsiapa mengumpulkan harta dengan tidak sewajarnya (tidak benar) maka Allah SWT akan memusnahkannya dengan air (banjir) dan tanah (longsor).

Hadist tersebut diketengahkan supaya para pelaku bisnis mengetahui berapa besar nilai harta dan risikonya, serta betapa pentingnya hukum bisnis syariah dalam melindungi sekaligus memelihara harta. Semua ini menunjukkan

²⁴ Ibid, 133

²⁵ Adhan Ath-Tharsyah, *anda dan harta, (anta wa al-mâl)*, penerjemah Taufik Damas, 2004, Jakarta. Pustaka Al-Kautsar. Hlm. 41

²⁶ Kadir, op. cit., hlm. 135

karakteristik hukum bisnis syariah dalam Al-Qur'an berbeda 180° dengan bisnis konvensional. Karena paradigma Al-Qur'an mengenai hukum bisnis mengandung keadilan dan kebajikan (*al-adl wa al-ihsan*) terhadap agama, jiwa, keturunan, akal, dan harta.²⁷

F. Metode Penelitian

1. Sumber data

a. Primer

Penulis akan melakukan wawancara, wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).²⁸ Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan area manager, staf Logistik, staf adm. Dompul, staf Finance, analis KPI dan staff promo di PT. EUI kantor pusat Banyuasin untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

b. Sekunder

Penulis akan mengumpulkan data dengan studi dokumentasi yaitu berdasarkan informasi yang didapatkan dari proposal-proposal kerjasama PT. XL Axiata dan PT. EUI, brosur, maupun panduan kerjasama PT. XL Axiata dan PT. EUI yang berhubungan dengan pembahasan skripsi.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk non-angka, pendekatan penelitian yang dilakukan adalah

²⁷ Ibid, hlm. 136

²⁸ Nazir : Moh, *Metode Penelitian*, Jakarta, 2003, h. 234

menganalisa data-data yang diperoleh yang kemudian akan disusun sehingga mempermudah pembahasan skripsi.

2. Analisa Data

Dalam pembahasan skripsi ini penulis akan menggunakan penelitian kualitatif/ metode kualitatif dengan cara sebagai berikut :

- a. Menelaah semua data yang diperoleh baik dari sumber primer maupun sumber sekunder.
- b. Melakukan klasifikasi terhadap data yang terkumpul sesuai dengan masalah yang diteliti.

3. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) dimaksudkan untuk mendapatkan data primer, yang akan dilakukan penulis dalam pelengkap data dalam hasil penelitian kelak yaitu dengan melakukan wawancara dengan SPV dan staff promo di PT. EUI kantor pusat Banyuasin untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Selain itu penulis juga akan melakukan studi pustaka (*library research*). Penulis akan mendapatkan *literature* berupa buku-buku, makalah, artikel, internet, dan tulisan lainnya yang membahas mengenai *sharing Budget* dan penambahan *Reveneue* dalam ekonomi Islam serta pemebahasan-pembahasan yang berhubungan dengan skripsi.

4. Analisis Data

Spesifikasi penelitian dalam penulisan skripsi ini berupa penelitian deskriptif analitis. Metode Deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat

gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka. Tetapi dalam pengertian metode penelitian yang lebih luas, penelitian deskriptif mencakup metode penelitian yang lebih luas diluar metode sejarah dan eksperimental, dan secara lebih umum sering diberi nama, metode *survey*.²⁹ Dalam penelitian ini peneliti bermaksud untuk menggambarkan dan melaporkan secara rinci, sistematis dan menyeluruh mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan saharang budget yang dilakukan PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia dalam program aktivasi. Sedangkan analitis berarti mengelompokkan data yang didapat dari hasil penelitian.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan skripsi ini, penulis merasa perlu menetapkan suatu kerangka dasar penulisan. Secara garis besar dapat memberikan gambaran sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara garis besar mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, review penelitian sebelumnya, dan sistematika penulisan skripsi.

²⁹Ibid., 64

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori yang mana sub bab nya menjelaskan mengenai teori-teori berdasarkan tinjauan pustaka dan literature mengenai sistem kerjasama maupun *budget sharing* penambahan *revenue* berdasarkan perspektif Islam.

BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai tempat penelitian, deskriptif objek penelitian, deskriptif geografis, deskriptif demografis PT. Excel Utama Indonesia cabang Banyuasin.

BAB IV ANALISI OBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan alasan PT. XL Axiata dan PT. EUI melakukan *sharing budget*, cara *sharing budget* antara PT. XL Axiata dan PT. EUI dalam meningkatkan *Revenue* dalam program aktivasi yang ditinjau dalam perspektif ekonomi islam.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini mengemukakan kesimpulan dan saran yang di dapat dalam pembahasan penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bisnis

Kata bisnis (Indonesia) berasal dari bahasa Inggris, *business*, yang mengandung sejumlah arti diantaranya : *commercial activity involving the exchange of money for goods or services* yang artinya usaha komersial yang menyangkut soal penukaran uang bagi produsen dan distributor (*goods*) atau bidang jasa (*service*).³⁰ Bisnis adalah suatu aktifitas individu atau kelompok/organisasi untuk memproduksi dan memasarkan barang atau jasa kepada konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan atau profit.

1. Bentuk-bentuk dasar kepemilikan Bisnis

Meskipun bentuk kepemilikan bisnis berbeda-beda pada setiap negara, ada beberapa bentuk yang dianggap umum:

a. Perusahaan perseorangan

Perusahaan perseorangan merupakan perusahaan yang dimiliki oleh perseorangan (hanya seseorang). Untuk mendirikan perusahaan perseorangan sangatlah sederhana dan tidak memerlukan persyaratan khusus, sebagaimana bentuk badan hukum lainnya. Di samping itu, pendirian perusahaan perseorangan tidak memerlukan modal besar. Kelebihan perusahaan jenis ini di samping pendiriannya mudah adalah tidak diperlukan organisasi yang besar, tetapi cukup dengan organisasi dan manajemen yang sederhana.

³⁰ Kadir, op. cit., hlm.17

b. Firma (Fa)

Firma adalah perusahaan yang didirikan oleh dua orang atau lebih dan menjalankan perusahaan atas nama perusahaan. Untuk mendirikan firma terdiri dari dua cara. Pertama melalui akta resmi dan yang kedua akta dibawah tangan. Jika melalui akta resmi, maka proses selanjutnya harus sampai di berita Negara. Namun jika memilih akta di bawah tangan proses ini tidak perlu, cukup melalui kesepakatan pihak-pihak terlibat.

Kepemimpinan firma berada sepenuhnya di tangan pemilik sekaligus bertanggung jawab terhadap segala risiko yang mungkin timbul, seperti masalah utang piutang. Modal firma diperoleh dari mereka yang terlibat dalam firma.

Sama seperti halnya perusahaan perseorangan, tujuan firma adalah untuk mencari keuntungan. Perolehan dana dari pihak luar cukup memungkinkan dan relative lebih mudah jika dibandingkan dengan perusahaan perseorangan.

c. Perseroan Komanditer (*Commanditaire Vennotschap*)

Perseroan komanditer, atau lebih sering disingkat dengan CV, merupakan persekutuan yang didirikan atas dasar kepercayaan. Dalam perseroan komanditer terdapat beberapa sekutu yang secara penuh bertanggung jawab atas sekutu lainnya. Kemudian ada satu atau lebih sekutu yang bertindak sebagai pemebri modal. Tanggung jawab komanditer hanya terbatas pada sejumlah modal yang ditanamkan dalam perusahaan.

d. Perseroan terbatas (PT)

Perseroan terbatas (PT) adalah badan hukum perusahaan yang paling banyak digunakan dan diminati oleh pengusaha. Penyebabnya adalah karena

badan hukum jenis ini memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan badan hukum lainnya. Kelebihannya antara lain luasnya bidang usaha yang dimiliki, kewenangan, dan tanggung jawab yang dimiliki terbatas kepada modal yang disetor. Pengertian perseroan terbatas menurut undang-undang adalah:

Badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian yang melakukan kegiatan usaha dengan modal tertentu, yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya.³¹

e. Perusahaan Negara

Perusahaan Negara (PN) adalah perusahaan yang didirikan berdasarkan undang-undang. Modal untuk mendirikan PN adalah atas kekayaan Negara yang dipisahkan dan tidak dipisahkan atas saham. Perusahaan Negara dipimpin oleh seorang kepala atau direksi yang diangkat oleh pemerintah. Perusahaan Negara dibagi ke dalam beberapa jenis antara lain, perusahaan jawatan (perjan), perusahaan umum (perum), dan perusahaan perseroan (persero).

f. Perusahaan daerah

Perusahaan daerah merupakan perusahaan yang didirikan dengan suatu peraturan daerah. Modalnya seluruhnya atau sebagian besar milik pemerintah daerah yang dipisahkan kecuali dengan ketentuan lain dengan berdasarkan undang-undang. Tujuan didirikan untuk perusahaan daerah untuk turut serta melaksanakan pembangunan daerah khususnya dan pembangunan ekonomi nasional umumnya. Pimpinan perusahaan daerah diangkat oleh kepala daerah.

³¹ Kasmir dan Jakfar, Op., Cit. hlm. 26-27

g. Yayasan

Yayasan merupakan badan usaha yang tidak bertujuan untuk mencari keuntungan dan lebih menekankan usahanya pada tujuan social. Modal berasal dari sumbangan, wakaf, hibah, atau sumbangan lainnya. Yayasan memiliki pengurus dan harta milik pengurus dipisahkan dari harta yayasan.

h. Koperasi

Menurut undang-undang No. 25 tahun 1995, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi, sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat berdasarkan asas kekeluargaan.³²

2. Manfaat Bisnis

Berikut keuntungan dengan adanya kegiatan bisnis baik bagi perusahaan, pemerintah, maupun masyarakat, antara lain :

a. Memperoleh keuntungan

Apabila suatu usaha dikatakan layak untuk dijalankan akan memberikan keuntungan, terutama keuntungan keuangan bagi pemilik bisnis. Keuntungan ini biasanya diukur dari nilai uang yang akan diperoleh dari hasil usaha yang dijalankan.

b. Membuka peluang pekerjaan

Dengan adanya usaha jelas akan membuka peluang pekerjaan kepada masyarakat, baik bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan usaha atau masyarakat yang tinggal sekitar lokasi usaha.

³² Ibid., 31

c. Manfaat ekonomi

Menambah jumlah barang dan jasa, untuk usaha tertentu misalnya pendirian pabrik tertentu pada akhirnya akan memproduksi barang dan jasa.

d. Tersedianya sarana dan prasarana

Bisnis yang akan dijalankan di samping memberikan manfaat seperti di atas juga memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas terutama bagi masyarakat sekitar bisnis yang akan dijalankan. Manfaat yang dirasakan seperti tersedianya sarana, dan prasarana yang dibutuhkan, seperti jalan.

e. Membuka isolasi wilayah

Untuk wilayah tertentu pembukaan suatu usaha misalnya perkebunan, jalan atau pelabuhan akan membuka isolasi wilayah. Wilayah yang terjadinya tertutup menjadi terbuka, sehingga akses masyarakat akan menjadi lebih baik.

f. Meningkatkan persatuan dan membantu pemerataan pembangunan

Dengan adanya proyek atau usaha biasanya pekerja yang bekerja di dalam proyek datang dari berbagai suku bangsa.³³

B. Bisnis Syariah

Bisnis syariah atau bisnis sesuai dengan ajaran dan syariat Islami, adalah sekumpulan aktivitas/perbuatan manusia dalam bermuamalah dimana perbuatan tersebut sesuai dengan syariat Islam.

Bisnis syariah juga dapat di simpulkan bahwa hukum bisnis syariah adalah keseluruhan dari peraturan-peraturan dan ketentuan-ketentuan hukum yang berkaitan dengan praktik bisnis secara syar'i atau sesuai dengan syariah guna

³³ Ibid., 11-12

meningkatkan kesejahteraan dan kemasslahatan umat manusia³⁴. Allah SWT telah mengatur segala urusan bermuamalah dalam Al-Quran.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*Artinya: “apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”*³⁵

Dalam ayat tersebut Allah SWT memerintahkan semua umat manusia untuk beribadah kepada-Nya. Kemudian mencari karunia Allah SWT yang amat banyak di muka bumi dengan cara yang halal.

1. Sumber hukum bisnis syariah

Sumber acuan hukum bisnis syariah ialah kitab suci AlQuran, sunnah, dan ijtihad ulil amri, baik secara individu maupun kolektif.

a. Al-Quran

Al- Quran adalah sumber utama bagi hukum bisnis syariah, karena di dalamnya banyak ditemukan hal yang berkaitan dengan permasalahan bisnis dan hukum-hukumnya.³⁶

³⁴ Kadir, Op.cit., hlm. 23

³⁵ Q.S Al-Jumu'ah ayat 10

³⁶ Kadir, op. cit., hlm. 24

Sejumlah intruksi tentang praktik bisnis yang dibolehkan dan tidak dibolehkan termaktub dalam Al-Quran. Salah satu intruksinya yang paling penting dalam masalah ini adalah soal pemenuhan akad dan janji serta pelarangan terhadap transaksi ribawi. Allah SWT berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ اٰۤحَلَّتْ لَكُمْ بِهِيْمَةٍ اَلَّا تَعْمُرُوْا اِلَّا مَا يُتْلٰى عَلَيْكُمْ
غَيْرِ مَحَلٍّ اِلَ الصَّيْدِ وَاَنْتُمْ حُرْمٌ اِنَّ اللّٰهَ تَحْكُمُ مَا يُرِيْدُ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.”³⁷

Akad (*al-‘aqdu*) merupakan bentuk mendasar dari ‘*aqada*, *ya’aqidu*, ‘*aqdan*. Ada juga ahli bahasa yang melafalkannya ‘*aqida*, *ya’qadu*, ‘*aqadatan*. Dari kata asal tersebut terjadilah perkembangan dan perluasan arti sesuai dengan konteks pemakaiannya. Secara bahasa akad adalah ikatan antara dua hal, baik ikatan secara nyata maupun ikatan secara maknawi, dari satu segi maupun dari dua segi. Sedangkan menurut ahli hukum islam, akad dapat diartikan secara umum dan khusus. Pengertian akad dalam artian umum, menurut *syafi’iyah*, *malikiyah* dan *hanafiyah*, yaitu segala sesuatu yang dikerjakan oleh seseorang berdasarkan keinginannya sendiri, wakaf, talak, pembebasan, atau sesuatu yang pembentukannya membutuhkan keinginan dua orang seperti jual beli, perwakilan,

³⁷ Al m â’idah ayat 1

dan gadai. Sementara dalam artian khusus diartikan perikatan yang ditetapkan dengan ijab qabul berdasarkan ketentuan syara' yang berdampak pada objeknya atau menghubungkan ucapan salah seorang yang berakad dengan yang lainnya sesuai syara' dan berdampak pada objeknya.³⁸

Ibnu abbas berkata, “yang dimaksud dengan akad adalah janji-janji Allah SWT terhadap para hamba-Nya, artinya apa-apa yang dihalalkan dan diharamkan, apa yang diwajibkan dan apa yang telah ditentukan seluruh hukumnya dalam Al-Quran, maka janganlah kamu melanggarnya.”³⁹

b. Sunnah

Sunnah merupakan sumber kedua hukum bisnis syariah, di dalamnya terdapat penjelasan teoritis dan praktik terapan mengenai transaksi bisnis yang bernuansa syariah. Rasulullah SAW bersabda;

“Dua orang yang melakukan transaksi bisnis memiliki opsi, tatkala keduanya masih berada di tempat. Jika mereka jujur dan memberikan gambaran (yang jelas tentang barang yang dibisniskan) maka transaksi yang mereka lakukan akan mendapat berkah, namun jika mereka menyembunyikan cacat yang ada maka transaksi mereka akan jauh dari berkah.” (HR. Muslim)⁴⁰

³⁸ Djamil Fathurrahman,. Op.cit., h. 4-6

³⁹ Kadir., op.cit.,h. 24

⁴⁰ Kadir., op.cit., h. 27

Konsep tentang berkah ini, yang ditulis Mustaq Ahmad, meliputi semua spectrum perilaku manusia. Ada tidaknya sebuah berkah sangat tergantung pada benar tidaknya sebuah perilaku dan tindakan seseorang.⁴¹

c. *Ijtihad ulil amri*

Menurut ilmu ushul fiqh, kata “*ijtihat*” identik dengan kata “*Istinbath*”. *Istinbath* berasal dari kata “*nabth*”(air yang mula-mula memancar keluar dari sumur yang digali). Dengan demikian, menurut bahasa, arti *istinbath* ialah mengeluarkan sesuatu dari persembunyiannya. Jadi, arti *ijtihad* atau *istinbath* ialah menggali hukum *syara'* yang belum ditegaskan secara lengkap oleh *nash* Alquran dan sunnah. Dan yang dimaksud dengan ulil amri di sini meliputi semua orang yang memegang urusan umat, baik sebagai penguasa maupun ulama.

Dengan demikian, *ijtihad ulil amri* juga merupakan sumber hukum bisnis syariah. Dan salah satu bentuk ijtihad ini ialah lahirnya undang-undang Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2006 tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1989 tentang peradilan agama.

Disini tampak bahwa bisnis syariah merupakan salah satu bagian dari ekonomi syariah. “ ekonomi syariah yang merupakan bagian dari sistem perekonomian syariah, memiliki karakteristik dan nilai-nilai yang berfokus kepada *amar ma'ruf nahyi munkar* yang berarti mengerjakan yang benar dan

⁴¹ Mustaq Ahmad, op.cit.,Hlm : 63, dalam Kadir. *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Quran*, h : 27

meninggalkan yang dilarang⁴². Dan sekarang praktik hukum bisnis syariah yang pada umumnya dilaksanakan sebagai hukum *diyani* murni telah menjadi hukum *qadha'i*. Disebut Qadha'i karena berhubungan dengan permasalahan yuridis.

2. Prinsip Dasar dan Etika Dalam Bisnis Syari'ah

Ada empat prinsip (aksioma) dalam ilmu ekonomi Islam yang mesti diterapkan dalam bisnis syari'ah, yaitu: *Tauhid* (Unity/kesatuan), Keseimbangan atau kesejajaran (*Equilibrium*), Kehendak Bebas (*Free Will*), dan Tanggung Jawab (*Responsibility*).

a. Tauhid mengantarkan manusia pada pengakuan akan ke Esaan Allah selaku Tuhan semesta alam. Dalam kandungannya meyakini bahwa segala sesuatu yang ada di alam ini bersumber dan berakhir kepada-Nya. Dialah pemilik mutlak dan absolut atas semua yang diciptakannya. Oleh sebab itu segala aktifitas khususnya dalam muamalah dan bisnis manusia hendaklah mengikuti aturan-aturan yang ada jangan sampai menyalahi batasan-batasan yang telah diberikan.

b. Keseimbangan atau kesejajaran (*Equilibrium*) merupakan konsep yang menunjukkan adanya keadilan sosial. Kehendak bebas (*Free Will*) yakni manusia mempunyai suatu potensi dalam menentukan pilihan-pilihan yang beragam, karena kebebasan manusia tidak dibatasi. Tetapi dalam kehendak bebas yang diberikan Allah kepada manusia haruslah sejalan dengan prinsip dasar diciptakannya manusia yaitu sebagai khalifah di bumi. Sehingga kehendak bebas itu harus sejalan dengan kemaslahatan kepentingan individu terlebih lagi pada kepentingan umat.

⁴² Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta : Sinar Grafika, 2008, hlm 2-3

c. Tanggung Jawab (*Responsibility*) terkait erat dengan tanggung jawab manusia atas segala aktifitas yang dilakukan kepada Tuhan dan juga tanggung jawab kepada manusia sebagai masyarakat. Karena manusia hidup tidak sendiri dia tidak lepas dari hukum yang dibuat oleh manusia itu sendiri sebagai komunitas sosial. Tanggung jawab kepada Tuhan tentunya diakhirat, tapi tanggung jawab kepada manusia didapat didunia berupa hukum-hukum formal maupun hukum non formal seperti sangsi moral dan lain sebagainya.

d. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

3. Asas dan fungsi hukum bisnis syariah

Setiap sistem hukum mempunyai asas dan fungsi yang menjadi dasar tumpuannya, termasuk hukum bisnis syariah, yaitu keseluruhan dari peraturan-peraturan dan ketentuan-ketentuan hukum yang berkaitan dengan praktik bisnis secara syar'i atau sesuai dengan syariah, guna meningkatkan kesejahteraan dan kemaslahatan umum manusia.

a. Asas hukum bisnis syariah

Secara histori kata “asas” berasal dari bahasa Arab, *al uss* yang berarti fundamen (alas dasar) bangunan.⁴³ Asas hukum bisnis syariah ialah kebenaran yang menjadi alas dasar atau tumpuan hukum bisnis syariah. Adapun asas-asas dari hukum bisnis syariah adalah sebagai berikut :

1). Kebebasan dalam kepemilikan dan usaha bisnis

Adapun yang dimaksud dengan kebebasan dalam kepemilikan dan usaha bisnis adalah status yang membuat seseorang bebas memiliki harta dan mengelolanya, sekaligus melakukan berbagai transaksi yang dikehendaknya selama tidak melanggar aturan *syar'i*.

Islam memberikan hak ini kepada semua orang, kecuali anak kecil, orang gila, dan orang *safih*. Arti *safih* adalah orang – orang yang tidak bisa menggunakan hartanya dengan benar, dan mubazir dalam membelanjakan harta sehingga tidak berguna bagi diri dan segenap keluarganya.⁴⁴

Berkaitan dengan soal kepemilikan harta dan usaha bisnis, Al-Quran menggunakan kata-kata *al-milku* dan *al-kasab* yang mengisyaratkan tentang kepemilikan manusia. Allah SWT berfirman :

مَا أَغْنَىٰ عَنْهُ مَالُهُ وَمَا كَسَبَ

Artinya : “ tidaklah berfaedah kepadanya harta bendanya dan apa yang ia usahakan.”⁴⁵

⁴³ Ahmad Warson Munawwir, op. cit, hlm 26, dalam kadir, *hukum bisnis syariah dalam Isla.*, h : 31.

⁴⁴ Kadir, op., cit. h, 33

⁴⁵ Q.S Al-Lahab Ayat 2

Pengakuan akan kepemilikan adalah salah satu prasyarat untuk sahnya sebuah transaksi harta benda. Pengaturan Islam terhadap semua jenis kepemilikan bertujuan untuk memberikan perlindungan agar tidak terjadi dua persoalan mendasar, yaitu penguasaan harta oleh seseorang secara berlebihan dan menjadikannya tak terbatas, dan munculnya kemiskinan dan efek-efek negatifnya baik dalam ukuran individu maupun social.⁴⁶

Salah satu nilai *rabbani* yang terdapat di dalam sistem ekonomi Islam adalah adanya satu aturan yang menyatakan bahwa manusia boleh memiliki harta sebatas sebagai pelaksana amanah (titipan) yang tentu saja akan membelanjakannya sesuai perintah yang mengamatinya, yaitu Allah SWT. Manusia bebas mengerjakan sesuatu dan bebas memilih dan mengembangkan jenis usahanya. Ia boleh mengumpulkan penghasilan dan kekayaan. Kenyataannya, ia hanyalah sekadar pemegang amanah atas sejumlah kekayaan yang berhasil ia himpun dengan cara yang layak. Ia mempunyai wewenang memperoleh penghasilan, membelanjakan, dan menginvestasikan kekayaannya dalam suatu usaha. Akan tetapi, ia dibimbing oleh suatu prinsip yang amat tinggi, yang mampu meyelamatkannya dari jalan yang sesat.⁴⁷

Kepemilikan dalam Islam berarti “ kepemilikan harta yang didasarkan pada agama. Kepemilikan ini tidak memberikan hak mutlak kepada pemiliknya untuk

⁴⁶ Abdullah Abdul Husain At-Tariqi, op. cit., hlm : 57 , dalam Kadir, *Hukum bisnis Syariah dalam Al-Quran*, hlm. 34

⁴⁷ Hammudah Abdul Athi, *Islam dalam sorotan (Islam in focus)*, penerjemah Anshari Thayib, Surabaya: Bina Ilmu, 1981, hlm 50, dalam Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Quran*, hlm. 34

mempergunakan semauanya, melainkan harus sesuai dengan beberapa aturan. Hal tersebut dikarenakan harta pada esensinya hanya sementara, tidak abadi, dan tidak lebih dari pinjaman terbatas dari Allah SWT. manusia seluruhnya hanya diberi kesempatan memilikinya dalam tempo waktu tertentu. Karena itu usaha bisnis syariah dibatasi ikhlas semata karena Allah dan ittiba' (mengikuti yang dicontohkan RasulNya). Artinya usaha bisnis syariah hendaknya dilakukan untuk mencari keridhaan Allah SWT dan sesuai dengan sunnah Rasulullah SAW.⁴⁸

Keabsahan suatu usaha bisnis syariah tentu saja harus dilihat dari keseuaiannya dengan aturan *syar' i*. Dengan kendali syariah bisnis bertujuan untuk mencapai empat hal utama yaitu, target hasil profit-materi dan benefit-nonmateri, pertumbuhan artinya terus meningkat, keberlangsungan dalam kurun waktu selama mungkin, dan keberkahan atau keridhaan Allah SWT.⁴⁹

2). Keadilan dalam produksi dan distribusi

Secara umum, orientasi produksi dalam bisnis syariah bertujuan untuk mencari nilai tambah dan keuntungan dengan motif ibadah. Dalam praktiknya, sistem produksi tidak saja bernilai mencari keuntungan materi, tetapi juga harus mampu menjadi bagian dari maksimalisasi peran manusia sebagai mandataris Allah di muka bumi (*khalifatuhu fil Ardh*). Dan tentu saja dalam melaksanakan tugas mulia ini manusia harus senantiasa memelihara “*hablun minallah*” dan “*hablun minannas*” sebagaimana yang diungkapkan Allah dalam Al-Quran.

⁴⁸ Kadir, op.cit., h.,.35

⁴⁹ Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas bisnis Islami*, Jakarta : Gema Insani Press, 2004, hlm. 18

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلِيلَةُ أَيَّنَ مَا تُخَفُّوْا إِلَّا نَجَبِلِ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِنَ النَّاسِ

*Artinya : “mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia...”*⁵⁰

Para pakar ekonomi berkata bahwa kegiatan produksi pada hakikatnya hanyalah penciptaan bagi pemanfaatan, bukan penciptaan barang (materi). Artinya, manusia hanya bisa mengolah bahan yang telah ada menjadi sesuatu yang berguna bagi kebutuhan hidup. Dan segala sesuatu yang dilakukannya di dalam kegiatan produksi hanya sekadar usaha menambah nilai barang itu.⁵¹

Segala sesuatu yang ada di dalam ini, milik Allah tidak satupun makhluknya yang punya hak untuk menggugat. Dia lah Allah SWT yang menciptakan manusia dan mengajarkannya kepadanya bagaimana memproduksi suatu barang sehingga memiliki manfaat dalam menopang kehidupan mereka. Allah SWT berfirman :

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحْصِنَكُمْ مِّنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

*Artinya : “dan telah Kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu, guna memelihara kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur (kepada Allah).”*⁵²

⁵⁰ Q.S Ali Imran ayat 112

⁵¹ Kadir., op., cit., 36

⁵² Q.S Al-Anbiy â ayat 80

Sehingga pada akhirnya, produksi dan konsumsi dua hal yang paling determinan untuk keberhasilan bisnis sangat dependen terhadap kesejahteraan masyarakat yang ada dalam sebuah masyarakat. Jika tidak ada konsumsi maka secara otomatis tidak mungkin akan ada produksi. Begitu juga jika masyarakat tidak memiliki daya beli, maka bisa dipastikan semua produksi juga akan rontok. Hal tersebut menunjukkan betapa vitalnya hubungan antara kesejahteraan umum yang ada dalam masyarakat dan keberlangsungan aktivitas bisnis. Dengan demikian, tanpa bisa dibantah lagi, penekanan Al- Quran terhadap pentingnya infak memainkan peran yang sangat desisif dalam hal distribusi kekayaan, penghapusan kemiskinan, membawa kesejahteraan umum, dan tentu saja menggerakkan aktivitas bisnis.⁵³

Transaksi apa pun yang berkaitan yang berkaitan baik dengan masalah produksi maupun perdagangan harus dilakukan dengan adil dan bebas dari eksploitasi.⁵⁴ Ini berarti dalam bisnis tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya, entah sebagai konsumen, pemasok, penyalur, karyawan, investor atau kreditor, maupun masyarakat luas. Semua pihak dalam relasi bisnis apa pun, tidak boleh saling merugikan satu sama lain. Ini tidak hanya merupakan imbauan moral belaka, yang diarahkan kepada kemauan baik masing-masing orang untuk menaati atau tidak, melainkan dilakukan dalam aturan-aturan hukum bisnis dan ekonomi yang kemudian dilaksanakan secara konsekuen, dengan di

⁵³ Mustaq Ahmad, op, cit., hlm. 88, dalam Kadir, *hukum bisnis syariah dalam Al-Quran*, hlm: 38

⁵⁴ Asghar ali Engineer, op, cit., hlm : 46, dalam Kadir, *hukum bisnis syariah dalam Al-Quran*, hlm : 41

dukung oleh saksi dan hukum yang adil. Atau paling tidak, prinsip ini harus menjwai semua aturan bisnis dan ekonomi yang dikeluarkan pemerintah.⁵⁵

3). Komitmen terhadap Akhlakul Karimah dalam Praktik Bisnis

Perkataan akhlak ada kaitannya dengan kata khalik dan makhluk. Akhlak tidak hanya berbicara mengenai masalah pergaulan dan hubungan manusia dengan sesamanya, tetapi juga berbicara tentang masalah hubungan makhluk dengan khalik-nya. Murtadha Muthahhari, berkata “ kemanusiaan dan akhlak tidak akan pernah memiliki arti tanpa dibarengi pengenalan Tuhan. Hanyalah ucapan kosong, apabila ada orang yang menyerukan akhlak atas nama kemanusiaan.⁵⁶

C. *Syirkah* (Kerjasama)

Syirkah atau kerjasama berarti *al-ikhtilath* yang artinya mencampur atau pencampuran. Demikian dinyatakan oleh *Taqiyuddin*. Maksud percampuran di sini ialah seseorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain sehingga tidak mungkin untuk dibedakan.⁵⁷

Adapun yang dijadikan dasar hukum *syirkah* oleh para ulama adalah sebuah hadist yang diriwayatkan oleh Abu Dawud dari Abi Hurairah dari Nabi SAW, bersabda :

“ aku jadi yang ketiga antara dua orang yang berserikat selama yang satu tidak khianat kepada yang lainnya, apabila yang satu berkhianat kepada pihak yang lain, maka keluarlah aku darinya.”⁵⁸

⁵⁵ A. Sonny Keraf, Etika Bisnis ; Tuntutan dan Relevansinya, Cet. Ke-8, Yogyakarta: Kanisius, 2005, hlm: 149, dalam Kadir, *hukum bisnis syariah dalam Al-quran*, hlm : 42

⁵⁶ Murthada Muthahhari, Falsafah Akhlak; Kritik atas konsep Moralitas Barat (Falsafe Akhlaq) penerjemah Faruq bin Dhiya', Musa Al-Kazhim, Cet ke-1, Bandung : Pustaka Hidayah, 1995, hlm : 58, dalam Kadir, *hukum bisnis syariah dalam Al-Quran*, h : 42 .

⁵⁷ Suhendi, Hendi, *Fiqh muamalah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010, h. 125

⁵⁸ Riwayat Abu dawud dari Abi Hurairah, dalam Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta, RajaGrafindo persada, 2010), Hlm. 127

1. Rukun dan Syarat *Syirkah*

Rukun *syirkah* diperselisihkan oleh para ulama, menurut ulama Hanafiyah bahwa rukun *syirkah* ada dua, yaitu ijab dan Kabul sebab ijab Kabul (akad) yang menentukan adanya *syirkah*. Adapun yang lain seperti dua orang atau pihak yang berakad dan harta berada di luar pembahasan.

Syarat-syarat yang berhubungan dengan *syirkah* menurut Hanafiyah dibagi menjadi empat bagian, yakni :⁵⁹

- a. Sesuatu yang bertalian dengan semua bentuk *syirkah* baik dengan harta maupun dengan bagian yang lainnya. Dalam hal ini terdapat dua syarat, yaitu : yang berkenaan dengan benda yang diakadkan adalah harus dapat diterima sebagai perwakilan, berkaitan dengan keuntungan yaitu pembagian keuntungan harus jelas dan dapat diketahui dua pihak.
- b. Sesuatu yang bertalian dengan *syirkah mal* (harta), dalam hal ini terdapat dua perkara yang harus dipenuhi yaitu, modal yang dijadikan objek akad *syirkah* dari alat pembayaran, modal pokok ada ketika akad *syirkah* dilakukan.
- c. Sesuatu yang bertalian dengan *syarikat mufawadhah* dan disyaratkan, modal pokok dalam *syirkah mufawadhah* harus sama, bagi yang bersyirkah ahli *untik kafalah*, bagi yang dijadikan objek akad disyaratkan *syirkah* umum, yakni pada semua macam jual beli atau perdagangan.
- d. *Syirkah inan* sama dengan *syirkah mufawadhah*.

⁵⁹ Suhendi, Hendi., op., cit.,h. 127

2. Macam-macam *syirkah*

Menurut Hanafiah, secara garis besar *syirkah* dibagi menjadi dua bagian, yaitu *syirkah milk* dan *syirkah 'uqud*. *Syirkah milk* juga di bagi dua macam : *syirkah milk jabar* dan *syirkah 'uqud ikhtiyar*, *syirkah 'uqud* dibagi menjadi tiga macam, yaitu *syirkah 'uqud al-mal*, *syirkah 'uqud bi al-abdan*, dan *syirkah 'uqud bi al-wujuh*. *Syirkah 'uqud bi al-mal* dibagi menjadi dua: *syirkah-syirkah 'uqud bi al-mal mufawadhah* dan *syirkah 'uqud bi al-mal'inan*. *Syirkah 'uqud bi al-abdan* dibagi dua: *syirkah 'uqud bi al-abdan mufawadhah* dan *syirkah 'uqud bi al-abdan inan*. *Syirkah 'uqud bi al-wujuh* dibagi menjadi dua bagian: *syirkah 'uqud bi al-wujuh mufawadhah* dan *syirkah 'uqud bi al-wujuh'inan*.⁶⁰

- a. *Syirkah milk* adalah ibarat dua orang atau lebih memilikkan suatu benda kepada yang lain tanpa ada akad *syirkah*.
- b. *Syirkah al-uqud* adalah ibarat akan yang terjadi antara dua orang atau lebih untuk berserikat dalam harta dan keuntungan.

3. Mengakhiri *Syirkah*

Syirkah akan berakhir apabila terjadi hal-hal berikut.

- a. Salah satu pihak membatalkannya meskipun tanpa persetujuan pihak lainnya sebab *syirkah* adalah akad yang terjadi atas dasar rela sama rela dari kedua belah pihak yang tidak ada kemestian untuk dilaksanakan apabila salah satu pihak tidak menginginkannya lagi. Hal ini menunjukkan pencabutan kerelaan *syirkah* oleh salah satu pihak.

⁶⁰ Ibid., h. 129

- b. Salah satu pihak kehilangan kecakapan untuk bertasharruf (keahlian mengelola harta), baik karena gila maupun karena alasan lainnya.
- c. Salah satu pihak meninggal dunia, tetapi apabila anggota *syirkah* lebih dari dua orang, yang batal hanyalah yang meninggal saja.
- d. Salah satu pihak ditaruh dibawah pengampunan, baik karena boros yang terjadi pada waktu perjanjian *syirkah* tengah berjalan maupun sebab yang lainnya.
- e. Salah satu pihak jatuh bangkrut yang berakibat tidak berkuasa lagi atas harta yang menjadi saham *syirkah*.
- f. Modal para anggota *syirkah* lenyap sebelum dibelanjakan atas nama *syirkah*. Bila modal tersebut lenyap sebelum terjadi percampuran harta hingga tidak dapat dipisah-pisahkan lagi, yang menanggung risiko adalah para pemiliknya sendiri.⁶¹

D. Musyarakah

Akad *musyarakah* adalah transaksi penanaman dana dari dua atau lebih pemilik dana dan atau barang untuk menjalankan usaha tertentu sesuai dengan syariah dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati, sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing.⁶²

Menurut dewan syariah nasional, *musyarakah* yaitu pembiayaan berdasarkan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih suatu usaha tertentu, di

⁶¹ Ibid., 130

⁶² Huruf B Angka II.b *Kodifikasi Produk Perbankan Syariah*, Lampiran SEBI No. 10/31/DPbs, dalam A. Wangsawidjaya, 2012. *Pembiayaan Bank Syariah*. h : 196

mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.⁶³

Sedangkan Undang-undang perbankan syariah memberikan penjelasan bahwa yang dimaksud dengan akad *musyarakah* adalah akad kerjasama diantara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung sesuai dengan porsi dana masing-masing.⁶⁴

1. Dasar-dasar Hukum *Musyarakah*

Dasar hukum *Musyarakah* dapat dilihat dalam:

a. *Al Qur'an* Surat *A-Shaad* (38) ayat 24 yang artinya:

“Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat dzalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh”. (Q.S. *A-Shaad* ayat 24)

Al Quran Surat *An-Nissa* ayat 12 yang berbunyi:

“...maka mereka berserikat pada sepertiga...”(Q.S *An-Nissa* ayat 12)

b. Dalam Hadits Rasulullah SAW yang berbunyi:

“Bahwa Rasulullah SAW telah berkata, saya menyertai dua pihak yang berkongsi selama salah satu dari keduanya tidak mengkhianati yang lainnya,

⁶³ Fatwa DSN No. 08/DSN-MUI/IV/2000, dalam Djamil, Faturrahman, h : 165

⁶⁴ Penjelasan Pasal 19 Ayat (1) huruf c UU Perbankan Syariah, dalam A. Wangsawidjaya. *Pembiayaan Bank Syariah*. h : 197.

seandainya berkhianat maka saya keluar dari pernyataan itu".(HR.Abu Dawud no. 2936, dalam kitab *al-buyu*, dan hakim).

2. Jenis-Jenis *Musyarakah*

Para ulama fiqh membagi syirkah ke dalam dua bentuk, yaitu syirkah al-amlak (perserikatan dalam kepemilikan) dan syirkah al-‘uqud (perserikatan berdasarkan perjanjian). Syirkahal-amlak, yaitu kepemilikan harta secara bersama (dua orang atau lebih) tanpa diperjanjikan terlebih dahulu menjadi hak bersama atau terjadi secara otomatis. Dalam syirkah amlak ini, sebuah aset dan keuntungan yang dihasilkan menjadi milik bersama yang berkongsi/berserikat.

Syirkah amlak ini dapat timbul dalam dua bentuk, yaitu terjadi secara otomatis tanpa bisa menolaknya (amlak jabr), misalnya proses waris-mewaris di mana dua saudara atau lebih berhak secara hukum menerima warisan dari orang tua mereka, kedua terjadi secara otomatis juga, namun terdapat opsi atau kebebasan untuk menerima atau tidak menerimanya (amlak ikhtiyar), seperti dua orang atau lebih secara bersama mendapatkan hadiah atau wasiat dari orang ketiga. Kekhususan dari kedua jenis syirkah amlak tersebut, yaitu masing-masing pihak yang berkongsi/berserikat tidak memiliki hak untuk wakil mewakili antara masing-masing pihak.

Syirkah kedua adalah *syirkah al-‘uqud*, yaitu perkongsian/persekutuan yang terbentuk karena adanya ikatan perjanjian di antara para pihak, yang masing-

masing sepakat untuk memberikan kontribusi sesuai dengan porsinya dan sepakat pula untuk berbagi keuntungan dan kerugian.⁶⁵

E. *Sharing Budget* (Anggaran Bersama)

Sebagaimana persekutuan-persekutuan pada umumnya, selalu pada persekutuan, demikian pula pada PT sebagai salah satu bentuk persekutuan, ada yang dinamakan anggaran dasar. Anggaran dasar itu pada hakikatnya adalah aturan-aturan yang mengatur bagaimana aturan permainan dalam suatu persekutuan.⁶⁶ Dalam dunia Manajemen, anggaran atau *budget* telah demikian dikenal, tetapi sangat disayangkan karena masih banyak yang mempunyai anggapan yang keliru mengenai *budget* itu sebagai batas jumlah uang yang dapat digunakannya.

Pengertian *budget* menurut Gordon Shillinglaw dalam bukunya “*cost accounting analysis and controlling*” *budget* adalah pernyataan kuantitatif daripada tujuan manajemen dalam waktu dekat dan rencananya bagi pengoperasian dan pembelanjaan organisasi selama tahun yang bersangkutan.⁶⁷

John R. Bartizal dalam bukunya berjudul “dasar-dasar dan prosedur *budget*” halaman 17, mengemukakan bahwa batasan *budget* adalah suatu anggaran *forecast* yang detail daripada rencana kegiatan (perusahaan) yang didasarkan pada pengharapan yang beralasan tentang keefisienan usaha (perusahaan).

⁶⁵ Djamil, Faturrahman., op.cit 166

⁶⁶ Rudhi Prasetya, *Teori dan Praktek Perseroan Terbatas*. 2011. Surabaya. Sinar Grafika, Hlm. 48

⁶⁷ Kartasapoetra, dkk, *pembentukan perusahaan industry*, Jakarta, 1987, h.151

Glenn A. welsch dalam bukunya “*budget frofit planning and control*” halaman 3, mengemukakan batasan sebagai berikut :

Budgeting pada hakikatnya adalah merupakan suatu proses manajemen, suatu *budget* perusahaan adalah suatu rencana yang meliputi semua tahapan kegiatan untuk suatu kurun waktu tertentu di masa mendatang, adalah suatu pernyataan formal dari kebijakan, rencana, tujuan, serta sasaran yang dinyatakan secara terdahulu oleh sub bagian teratas. Jadi batasan perencanaan yang meyeluruh dari aktivitas dan menyatakan pula bahwa masalah tersebut adalah merupakan proses manajerial.⁶⁸

Semakin kompleks masalah menyebabkan banyak kegiatan harus dilaksanakan berdasarkan perencanaan yang cermat. Anggaran atau *budget* adalah salah satu bentuk dari berbagai rencana yang mungkin disusun, meskipun tidak setiap rencana dapat disebut dengan anggaran. *sharing budget* (anggaran bersama) atau dalam kaitannya dalam bisnis adalah penanaman saham atau modal, merupakan penggabungan biaya operasional yang akan digunakan perusahaan dalam menjalankan usahanya.⁶⁹ Atau dalam kata lain *sharing budget* adalah biaya produksi, biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut.⁷⁰

PT adalah suatu asosiasi modal dan persekutuan untuk menghimpun modal. Sekali modal terhimpun, tidak boleh modal itu bercerai berai. Selain itu, modal

⁶⁸ Ibid., 152

⁶⁹ Rudhi Prasetya, op. cit., hlm. 129

⁷⁰ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*. 2014. Jakarta. RajaGrafindo Persada. Hlm. 208

PT merupakan tumpuan harapan kreditor PT, bertalian kreditor PT terbatas hanya dapat menagih kepada karyawan PT.

Bussines Budgeting, orang menerjemahkannya menjadi anggaran perusahaan, adalah rencana tentang kegiatan perusahaan. Rencana ini mencakup berbagai kegiatan operasional yang berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Perusahaan sebagai salah satu unit ekonomi perlu memiliki program yang serupa. Perusahaan sebagai lembaga ekonomi umumnya mengejar keuntungan, dan karenanya menggunakan criteria efisiensi sebagai alat pengukurannya. Karena itulah perusahaan membutuhkan alat perencana dan pengendali keuntungan.⁷¹

1. Perencanaa *Budget* dan pengendalian

Tentang hubungan antara *budget* dan perencanaa oleh Harry H. Killouhg dan Wayne E. Leininger dalam bukunya yang berjudul “*cost accounting for managerial decision making*”, halaman 199, telah dikemukakannya secara lebih jelas sebagai berikut :

“ *budget* mencerminkan perencanaa formal dalam bentuk perencanaan tertulis yang terperinci, dalam batas-batas kuantitatif, mengenai pengharapan-pengharapan manajemen bagi suatu kurun waktu yang akan datang.”⁷²

Perencanaa adalah suatu proses penimbangan arah daripada tingkatan, mendapatkan dan memilih di antara alternatif-alternatif yang tersedia. Terdapat tiga bentuk perencanaan, yaitu :

a. Kebijakan dalam memformulasi

⁷¹ Adisapto, Gunawan dan Marwan Asri, *Anggaran Perusahaan buku 1*, Yogyakarta, 2003, h : 1-2

⁷² Kartasapoetra, dkk., op. cit., 153

Menetapkan aturan-aturan dasar utama yang membatasi arah dan bentuk usaha yang pokok.

b. Pengambilan keputusan

Memilih di antara berbagai alternative pemecahan bagi masalah kegiatan dan keuangan dalam batas-batas kebijakan yang digariskan

c. Penganggaran

Mempersiapkan rencana-rencana kegiatan dan keuangan yang menyeluruh untuk interval waktu tertentu.

2. Beberapa kurun waktu di dalam perencanaan *budget* dan pengendalian

Dalam praktek perencanaan *budget* atau meliputi *budget* jangka panjang, *budget* jangka pendek atau *budget* tahunan.

a. Perencanaan *budget* jangka panjang

Dalam hal ini perencanaan *budget* tersebut terdiri dari *budget-budget* yang berhubungan dengan lapangan tertentu yang terbatas jumlahnya.

Adolf matz dan Milton f. usry mengenai hal ini menyatakan sebagai berikut: “...dalam tahun-tahun belakangan ini perusahaan menyadari perlunya memperkenalkan *long range profit planning* atau ramalan-ramalan. Rencana jangka panjang ini tidak dikemukakan dalam batasan yang nyata, tidak pula diharapkan sebagai rencana-rencana yang akan datang yang terkoordinir secara menyeluruh... *long range profit planning* bermaksud mendapatkan arah daripada peristiwa-peristiwa...”⁷³

Menurut keduanya lapangan yang seharusnya mendapat perhatian di dalam perencanaan budget jangka panjang ini antara lain:

1). Penjualan masa yang akan datang

⁷³ Ibid., 156

Perencanaan *budget* dalam hal ini memusatkan perhatiannya pada penjualan yang diperkirakan untuk tiga sampai lima tahunan yang akan datang, yang pokok dan sangat penting dalam perencanaan ini adalah jumlah fisiknya dan atau *product mix*nya.

2). Pengeluaran – pengeluaran modal jangka panjang

Capital budgeting adalah pengambilan keputusan perencanaan jangka panjang untuk investasi-investasi dan pembelanjanya”. Maka jelaslah bahwa *capital budgeting* merupakan perencanaan *budget* jangka panjang untuk pengeluaran-pengeluaran modal.

3). Kebutuhan – kebutuhan modal jangka panjang

Teori yang mendasari kebijaksanaan penarikan modal jangka panjang adalah biaya minimum dari sumber-sumber permodalan yang digunakan. Dengan demikian jelas bahwa kebijaksanaan di atas sangat erat hubungannya dengan pengeluaran modal jangka panjang di mana *rate of return* minimum yang diinginkan dan atau tariff batas merupakan dasar diterima atau tidaknya suatu usulan proyek. Tetapi di dalam kebijaksanaan penarikan modal jangka panjang perlu diperhatikan bentuk-bentuk sumber permodalannya, dimana setiap bentuk memiliki tariff biaya yang berbeda.

4). Penelitian dan pengembangan

Penelitian dan pengembangan secara lebih jauh dapat dijelaskan sebagai berikut :

Bahwa untuk menentukan nilai suatu program penelitian dan pengembangan sesungguhnya sangat sukar. Program ini biasanya ditunjang oleh permohonan

budget yang menyatakan tugas pada setiap proyek. *Budget* yang menyeluruh dapat didasarkan atau suatu persentase penjualan, suatu jumlah biaya proyek yang diperkirakan, atau suatu persentase pendapatan bersih (*net income*).

b. Perencanaan *budget* jangka pendek

Dengan perencanaan *budget* jangka pendek dapat ditimbang tujuan-tujuan perusahaan untuk kurun waktu satu tahun yang akan datang, dan rencana-rencana kegiatan serta pembiayaan. Perencanaan *budget* jangka pendek dan jangka panjang kedua-duanya dihasilkan melalui proses yang sama, tetapi dalam perencanaan *budget* jangka pendek jumlah perincian yang diperhatikan lebih banyak dan keterlibatan dalam proses lebih luas.

Perencanaan *budget* jangka pendek menekankan perlunya koordinasi dari berbagai kegiatan sehingga menyatakan perencanaan secara kuantitatif yang menyeluruh dan terpadu. Penggabungan *budget* dari seluruh bagian perusahaan merupakan rencana kegiatan yang berimbang dan menampakkan pengaruhnya terhadap pendapatan yang akan datang, posisi keuangan dan arus kas.

3. Macam-macam *budget*

Berdasarkan pengertian umum, *budget* itu dapat di golongankan ke dalam tiga kategori, yaitu:

a. Menurut bentuk organisasi

Butget menurut bentuk organisasi ini dibagi ke dalam tiga bentuk, yaitu :

- 1). *Budget* rumah tangga keluarga
- 2). *Budget* rumah tangga Negara
- 3). *Budget* rumah tangga perusahaan

4). *Budget* aktivitas, yang terdiri dari :

(i). *Budget* penjualan

(ii). *Budget* produksi

(iii). *Budget* pembelian

5). *Budget* modal, yang terdiri dari :

(i). *Budget* persediaan

(ii). *Budget* utang

(iii). *Budget* alat produksi tahan lama

(iv). *Budget* Likuiditas

6). *Budget* rentabilitas, yang terdiri dari :

(i). *Budget* pengeluaran

(ii). *Budget* hasil

b. *Budget* menurut sifat dan tujuan

Budget menurut sifat dan tujuan dapat meliputi :

1). *Budget* atau anggaran belanja yang mengikat

Budget ini banyak digunakan oleh instansi-instansi pemerintah, *budget* ini dapat disamakan dengan *budget* tetap hal ini dikarenakan sekali ditetapkannya. Dan tidak dapat diubah.

2). *Budget* atau anggaran belanja pengantaran

Budget ini lazim digunakan instansi-instansi pemerintah sebagai pelaksana undang-undang.

Apabila *budget* ini digunakan pada perusahaan, umumnya ditunjukkan untuk meningkatkan laba atau terarahkan pada keperluan pencegahan atau pembatasan kerugian.

3). *Budget* atau anggaran belanja semi pengantaran

Budget ini digunakan apabila sebagian dari kekuasaan dapat didelegasikan. Dalam hal ini sebagai contoh yaitu perusahaan yang memiliki cabang di luar negeri, pengeluaran-pengeluarannya yang tertentu akan diatur oleh pusat perusahaan yang bersangkutan sedang pengeluaran-pengeluaran cabang didelegasikan kepada cabangnya di luar negeri sesuai dengan situasi dan kondisi setempat.⁷⁴

c. *Budget* menurut fungsi

Budget disini merupakan *budget-butget* dari fungsi-fungsi yang terdapat dalam perusahaan, yang meliputi :

1). *Budget* penjualan

Di dalam nya dicantumkan taksiran penjualan, baik mengenai jumlahnya maupun nilainya meliputi :

(i). *Sales of units*

(ii). *Sales of returns*

(iii). *Unit selling price*

(iv). *Sales allowances*

2). *Budget* produksi

⁷⁴ Ibid., h : 174

Di dalamnya di cantumkan jumlah yang akan diproduksi selama kurun waktu tertentu.

3). *Budget* persediaan

Budget ini meliputi :

(i). *Budget* persediaan bahan baku

(ii). *Budget* persediaan barang setengah jadi

(iii). *Budget* persediaan barang jadi

4). *Budget* biaya

(i). *Manufacturing cost* (material, tenaga kerja, biaya pabrik yang tidak langsung/tersembunyi).

(ii). *Selling expenses*

(iii). *Administrative expenses*

(iv). *Financial expenses*

BAB III

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian pada penulisan skripsi ini menganalisa *sharing budget* PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia dalam program aktivasi peningkatan *Revenue* yang di lihat dalam perspektif Islam studi kasus PT. Excel Utama Indonesia cabang Banyuasin. EUI cabang Banyuasin merupakan kantor cabang utama di wilayah MUBA (musu banyuasin) yang memiliki 3 kantor cabang yang menginduk di EUI Banyuasin. Segala manajem EUI wilayah ditentukan oleh seorang *Branch Manager* dan 4 orang *supervisor* di setiap kantor cabang. Ketiga cabang *microclaster* lain nya yaitu kantor cabang Sekayu , cabang Betung dan cabang Lilin yang segala laporan dan monitoringnya kembali ke cabang Banyuasin yang langsung berhubungan dengan EUI pusat.⁷⁵

Sesuai Manajemen pusat nama cabang EUI Muba namun untuk kantor cabang nya berada di Banyuasin. Hal ini dikarenakan agar mempermudah alokasi produk-produk XL dari Palembang. Segala manajemen cabang berasal dari kantor Banyuasin dan ketiga *microclaster* lainnya mengikuti arahan dan perintah dari manajemen cabang Banyuasin. *Supervisor* sales setiap cabang memiliki peranan penuh untuk mengawasi dan bertanggung jawab terhadap tugas-tugas sales di cabang masing-masing. Untuk cabang Banyuasin seorang *supervisor* sales membawahi 10 orang sales yang terbagi di setiap wilayah Banyuasin dengan

⁷⁵ Wawancara dengan Ibu Dahlia Putri HRD PT. EUI Cabang Banyuasin

wilayah yang telah ditentukan. di Betung *supervisor* membawahi 5 sales yang juga terbagi kesemua wilayah Betung. Sekayu memiliki seorang *supervisor* dengan 9 orang sales dan di Sungai Lilin seorang *supervisor* dengan 7 orang sales yang semua nya telah mengetahui wilayah pemasaran masing-masing. Jadi total sales di EUI Muba berjumlah 31 orang yang tersebar memenuhi permintaan pasar.

Setiap hari sales mengunjungi *Retail outlet (RO)* atau konter yang berada di wilayahnya, saat ini setiap sales masing-masing memiliki 70 RO jadi total ada 2.170 RO yang menggunakan chip Dompul XL. Selain itu jika ada konter yang belum menggunakan chip XL yang berada di wilayahnya maka sales memiliki tugas untuk melakukan edukasi agar konter tersebut menggunakan chip XL.⁷⁶

Jam kerja dimulai pukul 08.00 hingga pukul 17.00 WIB untuk tim sales, dan jam 09.00 hingga 16.00 WIB untuk tim *support*. Setiap pagi semua sales melakukan *breafing* yang dipimpin oleh setiap *supervisor* masing-masing. Mereka akan diberikan arahan dan masukan oleh *supervisor* masing-masing mengenai pencapaian-pencapaian target yang mereka miliki. Setiap satu minggu tepatnya setiap hari sabtu akan ada penilaian yang akan di berikan tim analis mengenai pencapaian para sales per minggu. Dari laporan tersebut para *supervisor* akan melihat sejauh mana kinerja para sales di bawah tanggung jawabnya. Target tersebut bisa berupa target penjualan kartu perdana, voucher pulsa, Dompul (*End Ball* dan w2w), paket internet (151).⁷⁷

⁷⁶ Wawancara dengan Tomi, SPV Trad Cabang EUI Cabang Banyuasin

⁷⁷ Wawancara dengan Ibu Anggun, Staff HRD PT. EUI cabang Banyuasin

Sebagai perusahaan distributor PT. Excel Utama Indonesia memiliki tim pemasaran yang memiliki divisi khusus, yakni tim promo EUI. Tim promo merupakan tim yang bertugas melakukan promo ke masyarakat, selain kepada *Retail Outlet* yang ada tetapi juga ke semua lapisan masyarakat. Tim promo dipimpin oleh seorang SPV promo yang bertugas membuat pemetaan pasar yang akan dikunjungi oleh timnya. Setiap hari kerja tim promo melakukan *briefing* untuk melakukan persiapan pemasaran.

Tim promo dibagi menjadi empat kelompok pemasaran yakni tim MD (*Marketing directing*) sebanyak 4 orang yang bertugas melakukan pemasaran ke semua *Retail Outlet* yang belum menggunakan Chip XL dan melakukan pengecekan signal XL di setiap area pemasaran EUI MUBA. Tim DS (*Direct Selling*) yang melakukan penjualan secara langsung kepada pelanggan dan melakukan penjualan stok perdana reguler dan stok perdana internet secara *spreading* atau penjualan dengan mengecur. Selain itu ada juga tim *Community* atau komunitas yang melakukan kunjungan dan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan yang mau menggunakan XL sebagai provider komunikasi mereka secara keseluruhan. Dengan kata lain tim komunitas ini lebih memfokuskan pemasarannya di kalangan kantor. Adapun tim yang melakukan pemasaran ke sekolah ataupun ke kalangan remaja adalah tim RY (*Representative Youth*), yang membentuk komunitas bagi para anak sekolah. Sehingga lapisan masyarakat dapat menggunakan dan menikmati layanan XL.⁷⁸

⁷⁸ Hasil wawancara dengan ibu Putri Dahlia HRD dan GA EUI MUBA

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Excel Utama Indonsia cabang Banyuasin yang beralamat di Jalan Palembang-Betung KM. 16 Sukajadi Kecamatan Talang Kelapa Banyuasin Telp.(0711) 5645025.

C. Visi Perusahaan

Menjadi Penyedia jasa, produk, konten dan multimedia telekomunikasi selular yang terkemuka dan terutama di Indonesia.

D. Misi Perusahaan

Mensukseskan peran kemitraan yang terpercaya dan berperan aktif dalam pembangunan masyarakat teknologi informasi di Indonesia.

E. Strategi Perusahaan

Perencanaan strategi adalah proses pembuatan dan pemeliharaan suatu strategi yang menyesuaikan antara tujuan organisasi, kemampuan dan kesempatan pemasaran yang berubah. Ini bergantung pembuatan misi perusahaan yang jelas, tujuan yang mendukung, portofolio bisnis yang sehat dan strategi fungsional yang terkoordinasikan.⁷⁹ Berikut strategi yang dilakukan PT. Excel Utama Indonesia:

1. Pengembangan sumber daya.
2. Membangun kesisteman dan ketatalaksanaan.
3. Penerapan sistem informasi untuk menunjang bisnis secara menyeluruh.

⁷⁹ Op.cit., hal 283

F. Budaya Perseroan

1. *Trust* (saling percaya), saling percaya merupakan kunci utama dalam membina kerjasama.
2. *Innovative* (inovasi tiada henti), inovasi secara berkesinambungan mutlak dilakukan demi kemajuan perseroan di masa depan.
3. *Proud* (kebanggaan sebagai karyawan), mempertebal loyalitas karyawan terhadap perseroan.
4. *Harmony* (serasi, rukun dan damai), merupakan landasan bagi terciptanya keharmonisan antar karyawan dan lingkungan.
5. *Optimistic* (optimis dalam bekerja), optimis merupakan modal paling awal dalam menggapai prestasi.
6. *Energetic* (bekerja penuh semangat), karakter yang dapat menciptakan produktifitas dalam bekerja.⁸⁰

G. Produk – Produk XL

1. Stok Perdana (SP) atau kartu perdana

Stok perdana merupakan produk kartu perdana yang memiliki nama dan harga sesuai jenis nya, stok perdana dibagi menjadi dua macam yakni perdana reluger dan perdana ireguler. Perdana regular merupakan perdana yang masih bersifat segel dengan pulsa normal, sedangkan perdana ireguler merupakan perdana yang telah diisi tambahan pulsa atau perdana yang digunakan sebagai kartu internet yang memiliki paket data. Berikut jenis dan harga jual stok perdana di EUI Muba.

⁸⁰ Buku panduan karyawan PT. Excel Utama Indonesia

Tabel 3.1
 Harga dan jenis Stok Perdana (SP)

Stok Perdana	Harga	Jenis	Isi pulsa
PERDANA CHIP DOMPUL	20,000	Reguler	20,000
PERDANA SP 2K	2,000	Reguler	2,000
SP3K CORE	3,000	Reguler	3,000
SP2K BEBAS	3,000	Reguler	3,000
PERDANA SP1K	1,000	Reguler	1,000
SP2K BEBAS OP	4,000	Reguler	4,000
SP W2W 2K	2,000	Reguler	2,000
SP 5K Super	5,000	Reguler	5,000
SP3KUL	3,000	Reguler	3,000
SP3KUL IUN49 301014	5,000	Reguler	5,000
SP3KUL IUN49 290914	5,000	Reguler	5,000
SP3KUL 080814 (sky)	7,000	Reguler	7,000
SP3KUL 090914 (sky)	7,000	Reguler	7,000
SP3KUL 140814 (sky)	7,000	Reguler	7,000
SP2k IH75	62,000	ireguler	4GB
SP2K BEBAS OP IUN49 300914	45,000	ireguler	3GB
SP5K SUPER BBS5 291014	5,000	Reguler	5,000
SP5K SUPER BBS5 300914	5,000	Reguler	5,000
SP3KUL RELOAD 10K 170714	10,000	ireguler	10,000
SP3KUL RELOAD 10K 220814	10,000	ireguler	10,000

Sumber : Report Adm. Logistik Muba⁸¹

⁸¹ Laporan Adm Logistik Muba per 2014

2. Voucher Pulsa

Voucher pulsa adalah salah satu produk yang dijual di EUI Muba, berbagai macam berdasarkan isinya.⁸²

Tabel 3.2
Daftar Harga Voucher Per Desember 2014

JENIS VOUCHER	isi pulsa	harga
VOUCHER 10K MINI	10,000	10,600
VOUCHER 1K	1,000	1,250
VOUCHER SUPER 5K	5,000	5,750
VOUCHER SUPER 50K	50,000	50,750

Sumber : Report Adm. Logistik Muba

3. Dompul atau Dompot Pulsa

Dompul adalah produk XL yang berupa pulsa elektrik, dompul tidak memiliki bentuk fisik seperti stok perdana atau Voucher. Dompul berbentuk mata uang rupiah yang di beli langsung oleh distributor kepada XL, dalam hal ini transaksi dilakukan secara komputerisasi melalui aplikasi web. Dompul dioperasikan oleh dua orang staf administrasi yang bertugas melakukan pengisian langsung kepada chip *Retail Outlet* melalui sales di lapangan, Selanjutnya sales yang bersangkutan akan menerima setoran uang dari outlet. Dalam melakukan pengiriman pulsa elektrik ke semua retail outlet sangat di pastikan tidak terjadi kesalahan karena pulsa elektrik tersebut tidak dapat di tarik kembali. Oleh karena

⁸² Wawancara dengan Ibu Yusnidar Adm. Logistik Muba

itu unsure jaringan sangat di butuhkan tersambung optimal setiap terjadi transaksi. Selain itu karena transaksi ini dilakukan oleh sistem maka sangat dihindari sekali terjadinya kesalahan pengisian, artinya pengisian harus sesuai dengan nomor *chip retail outlet* yang membeli.

Pembelian dompul ini biasa nya *retail outlet* melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak, hal ini untuk menghindari penghapusan sistem yang terjadi jika dompul pada *chip* kosong. Dompul memiliki dua jenis, yang pertama adalah dompul voucer yang berupa pulsa elektrik yang digunakan sebagai pengisian nomor pelanggan mulai dari pulsa Rp. 5.000 dengan harga Rp. 5.300 , pulsa Rp. 10.000 seharga Rp. 10.300, pulsa Rp. 50.000 dengan harga Rp. 48.000. Sedangkan yang kedua adalah dompul Rupiah yang artinya dompul ini dijual seharga nominalnya, mulai dari Rp. 100.000 hingga jutaan rupiah tergantung permintaan *Retail Outlet*.⁸³

⁸³ Hasil wawancara dengan Ibu vera astika Adm. Dompul Muba

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Alasan PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia melakukan *Sharing Budget* dalam program aktivasi peningkatan *Revenue*.

PT. XL Axiata dan PT. EUI melakukan kerjasama dalam program aktivasi penambahan *Revenue* melakukan *sharing budget* atau bersama-sama mengeluarkan modal dalam kegiatan tersebut. Besarnya modal yang akan digunakan tergantung dengan kebutuhan program, sehingga penanaman modalnya pun harus melalui kesepakatan antara kedua belah pihak terlebih dahulu. Dalam hal ini PT. XL Axiata menjadi pihak pertama dan PT. EUI sebagai pihak kedua. *sharing budget* dilakukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak, namun dalam upaya kerjasama ini hanya PT. EUI yang menjalankan usaha sedangkan modal di tanggung kedua belah pihak. Keuntungan bagi PT. XL Axiata dalam program ini adalah pencapaian target *Gross Adds (GA)*, yang merupakan target pencapaian jumlah pelanggan XL di suatu area yang di monitoring langsung oleh XL pusat. Sedangkan keuntungan yang akan di dapatkan EUI adalah habisnya produk XL yang mendekati masa *expired* di gudang distributor sehingga menghindari kerugian dealer selain itu PT. EUI juga bertugas menjual stok produk XL. Sedangkan *Revenue* adalah suatu hasil penjualan produk dan jasa dari aktifitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau individu dalam melakukan aktivitas normal perusahaan dan kemudian disajikan dalam bentuk laporan keuangan dalam suatu periode.

Pencapaian *Revenue* dapat dilihat dari hasil analisa tim analis KPI setiap bulannya. Dengan bertambahnya pelanggan XL dan habisnya stok perdana di gudang distributor maka penambahan *revenue* akan terjadi dengan sendirinya. Untuk itu XL Area Sumatera 3 dan EUI cabang Banyuasin melakukan *sharing budget* untuk mengaktifkan stok perdana yang akan memasuki masa *expired*. Sehingga Area Manager XL dan *Branch Manager* EUI melakukan program aktivasi, program aktivasi merupakan cara yang dilakukan kedua belah pihak demi tercapainya penambahan *Revenue*. Adapun *background* atau tujuan program aktivasi penambahan *Revenue* ini adalah :

1. Pencapaian Target *Gross Adds*

Target *Gross Adds* adalah target yang harus dicapai oleh XL area untuk memenuhi pencapaian target dari XL pusat, oleh karena itu area manager berusaha memberikan dorongan kepada dealer untuk memenuhi target tersebut.

Adapun penyebab terjadinya penurunan *Gross Adds* yang terjadi di akibatkan oleh beberapa hal, diantaranya:

- a. *Suplay Retail Outlet (RO)* berkurang

Hal ini diakibatkan karena kurangnya pasokan stok perdana yang didistribusikan oleh para sales di *retail outlet* area nya. Sehingga masyarakat akan sulit untuk mendapatkan stok perdana atau stok perdana akan dijual dengan harga yang tinggi, akhirnya konsumen akan menggunakan provider lain. Untuk meminimalisir hal ini supervisor bertanggung jawab untuk ketersediannya stok perdana di semua *retail outlet*.

b. Kualitas jaringan XL

Sebagai perusahaan operator telepon XL memiliki jaringan yang cukup kuat namun hal ini tidak dapat dirasakan oleh sebagian masyarakat di pedesaan. Salah satu permasalahan XL itu sendiri adalah kurang minatnya masyarakat dengan layanan signal yang dinilai sering terjadi gangguan. Sehingga pengaktifan stok perdana XL baru akan sedikit sekali bahkan pengguna stok perdana XL jarang yang bertahan lama. Hal ini dapat di akibatkan stok perdana XL hanya sebagai pilihan ke dua atau alternative dari provider yang memiliki jaringan yang lebih kuat di areanya.

c. Permintaan pasar

Permintaan pasar ini sangat erat kaitannya dengan persaingan dari provider lain. Salah satunya adalah harga atau tarif yang diberikan, dalam persaingan tarif biasanya semua operator memberikan harga yang murah. Dalam hal ini permintaan pasar dapat di akibatkan karena harga yang ditawarkan oleh provider lain lebih murah, sehingga permintaan stok perdana XL akan mengalami penurunan.

d. Kebiasaan pelanggan terhadap konsumsi Eletronik

Sebagian besar pelanggan operator telepon selular saat ini cenderung mengguankan fasilitas jaringan data. Yang artinya sangat sedikit sekali pengguna telepon selular menghabiskan pulsa untuk berkomunikasi melalui telepon atau sms (*short message service*). Sehingga dapat mengakibatkan kurang berminatnya pelanggan terhadap pengaktifan stok perdana baru. Pelanggan biasanya

menggunakan perdana mereka yang hanya diisi dengan paket internet atau paket layanan data.

e. Segmen pemakaian (*mature*)

Segmen pemakaian merupakan alasan terjadinya penurunan gross adds, hal ini diakibatkan naik turunnya pengaktifan stok perdana baru. Segmen pemakaian ini dapat dikelompokkan menjadi 2 macam yakni:

1) Segmen Pekerja

Di lingkungan segmen pekerja merupakan pasar yang di anggap pasti, karena golongan orang yang telah bekerja jarang sekali mengganti-ganti kartu perdana yang telah mereka gunakan. Oleh karena itu segmen ini dapat dikatakan stabil dengan selalu aktifnya kartu perdana XL yang telah mereka gunakan.

2). Segmen *blue color*

Segmen ini merupakan golongan anak muda yang terbiasa mengganti kartu perdana mereka. Golongan ini dapat dikatakan segmen yang menjanjikan jika benar-benar terjadi distribusi yang baik.⁸⁴ Berikut adalah monitoring pengaktifan kartu perdana baru (*Net Add*) Dealer Excel Utama Indonesia Per Nov 2014

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Heri Adiwinata (Area Manager XL)

**4.1 Laporan Net Add
(Pengaktifan Stok Perdana Baru)
Per November 2014**

CLAUSTER	DEALER NAME	Target	WEEK				Total
			1	2	3	4	
C1-MGLG	PT. EUI MAGELANG	2970	460	780	875	946	3061
E1-MRD	PT. EUI BANGKALAN	2450	572	629	174	548	1923
E2-SGRJ	PT. EUI SINGARAJA	3200	537	870	439	340	2186
J1-DPOK	PT. EUI DEPOK	2900	415	258	371	337	1381
N2-PTNK	PT. EUI PONTIANAK	3050	650	186	425	728	1989
S1-SMLG	PT. EUI P. SIANTAR	2500	190	326	96	253	865
S2-JMBI	PT. EUI JAMBI	2700	498	379	553	629	2059
S2-MRB	PT. EUI MUARA BUNGO	2400	491	298	293	2822	3904
S2-PDNG	PT. EUI PADANG	3150	188	808	1538	423	2957
S3-BKLU	PT. EUI BENGKULU	3150	349	726	2100	290	3465
S3-LAPG	PT. EUI LAMPUNG	3400	2390	315	846	528	4079
S3-LPGB	PT. EUI KOTABUMI	3780	514	3019	731	634	4898
S3-MBSN	PT. EUI MUBA	3100	545	227	297	486	1555
S3-PLG	PT. EUI PALEMBANG	2900	537	192	438	527	1694

Sumber : Monitoring Area Manager Sum-3, Nov 2014

Dari table 4.1 dapat dilihat monitoring yang diterima oleh Area manager yang menunjukkan target setiap kantor XL area di Sumatera 3. Target tersebut di dapatkan dari kekurangan pengaktifan stok perdana baru di setiap area, sehingga

sisanya target tersebut harus dilakukan pengaktifan baru untuk memenuhi target XL pusat.

Dalam table 4.1 terlihat bahwa Sekayu (MUBA) melakukan pengaktifan dalam bulan November sebanyak 545 pcs pada minggu pertama, 227 pcs dalam minggu kedua, 297 pcs dalam minggu ketiga dan 486 pcs dalam minggu keempat. Sehingga pengaktifan stok kartu perdana pada bulan November 2014 sebanyak 1.555 pcs yang terjadi dilapangan. Berdasarkan target dari manajemen XL pusat cabang Sekayu seharusnya melakukan aktivasi sebanyak 3.100 pcs pada bulan November 2014. Sehingga terjadi kekurangan aktivasi sebanyak 1.545 Pcs, Oleh karena itu manajemen Area harus melakukan aktivasi stok perdana untuk mencapai target yang telah di tentukan.

Dari laporan tersebut dapat terlihat *revenue* yang diperoleh setiap cabang periode bulan November, berdasarkan jumlah pengaktifan kartu baru.

Tabel 4.2
Monitoring *Revenue* Dealer
Per November 2014

MONITORING GROWTH REVENUE DEALER PT. EXCEL UTAMA INDONESIA				
CLAUSTER	DEALER NAME	AVERAGE WEEKLY	PENCAPAIAN PERBULAN	GROWTH
S2-MRB	PT. EUI MUARA BUNGO	765.25	1.627	0.227
S3-LPGB	PT. EUI KOTABUMI	480.75	1.296	0.217
S3-LAPG	PT. EUI LAMPUNG	546.5	1.200	0.048
S3-BKLU	PT. EUI BENGKULU	345.25	1.100	0.039
C1-MGLG	PT. EUI MAGELANG	497.25	1.031	0.016
S2-PDNG	PT. EUI PADANG	216.25	0.939	0.003
E1-MRD	PT. EUI BANGKALAN	514.75	0.785	-0.002
S2-JMBI	PT. EUI JAMBI	976	0.763	-0.011
E2-SGRJ	PT. EUI SINGARAJA	739.25	0.683	-0.012
N2-PTNK	PT. EUI PONTIANAK	866.25	0.652	-0.036
S3-PLG	PT. EUI PALEMBANG	1019.75	0.584	-0.064
S3-MBSN	PT. EUI MUBA	1224.5	0.502	-0.081
J1-DPOK	PT. EUI DEPOK	388.75	0.476	-0.137
S1-SMLG	PT. EUI P. SIANTAR	423.5	0.346	-0.246

Sumber : Monitoring Analisis Channel

Table 4.2 menunjukkan bahwa Revenu pencapaian dealer Eui MUBA pada posisi menurun, artinya pencapaian pengaktifan kartu baru cabang Banyuasin mengalami penurunan di bulan sebelumnya yakni bulan Oktober 2014.

Dengan demikian cabang harus berupaya untuk melakukan pengaktifan perdana baru sehingga dapat meningkatkan *revenue* di bulan yang akan datang. Pengaktifan ini dapat dilakukan dengan melakukan aktifasi sendiri yang dilakukan oleh dealer, jika aktifasi alami tidak tercapai dilapangan. Hal ini juga bertujuan agar stok perdana yang mendekati masa *expired* di gudang dealer dapat di distribusikan.

2. Meminimalisir SP yang mendekati masa *expired*

Dalam program aktivasi yang melaksanakannya adalah PT. Excel Utama Indonesia sebagai distributor, program aktivasi yang dilakukan berdasarkan laporan yang dibuat oleh adm. Logistic di setiap akhir bulan. Dalam laporan mengenai nama produk, jumlah sisa produk, dan masa *expired* atau masa kartu tersebut. Jika stok perdana (SP) yang mati tidak dilakukan aktifasi atau penambahan masa aktif maka stok perdana tersebut tidak dapat digunakan lagi. Sehingga distributor berkewajiban untuk mengganti atau membayar lunas semua produk-produk yang mati tersebut.

Dalam laporan stok bulanan atau *stock opname* yang dilaporkan kepada *branch manager* dan *area manager* dapat dilihat berapa banyak stok perdana yang masih tersisa di gudang distributor. Sehingga pihak manajer cabang akan melakukan tindakan agar stok perdana tersebut tidak mati, salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mengaktifasi stok perdana sehingga memiliki masa aktif

yang lebih panjang. Setelah dilakukan aktivasi stok perdana akan menambah masa aktif nya dengan tambahan masa aktif selama satu bulan kedepan.

4.2 Laporan sisa stok dan masa *expired* Periode 30 November 2014

Branch Office : BO MUBA

Tanggal : 30 NOVEMBER 2014

Stok Perdana	SISA STOK	Harga	EXPIRED
PERDANA CHIP DOMPUL	547	20,000	15-Apr-15
PERDANA SP 2K	6,266	2,000	15-Jun-15
SP3K CORE	30,499	3,000	15-Mar-15
SP2K BEBAS	108	3,000	15-Mar-15
PERDANA SPIK	3,000	1,000	15-Apr-15
SP2K BEBAS OP	2,522	4,000	15-Dec-14
SP W2W 2K	250	2,000	15-Mar-15
SP 5K Super	45,762	5,000	31-Dec-30
SP3KUL	19,541	3,000	31-Mar-15
SP3KUL IUN49 300914	432	5,000	29-Mar-15
SP3KUL IUN49 290914	41	5,000	30-Mar-15
SP3KUL 080814 (sky)	52	7,000	31-Mar-15
SP3KUL 090814 (sky)	1,294	7,000	17-Mar-15
SP3KUL 140814 (sky)	23	7,000	22-Mar-15
SP2k IH75	403	62,000	30-Mar-15
SP2K BEBAS OP IUN49 300914	860	45,000	29-Mar-15
SP5K SUPER BBS5 290914	41	5,000	8-Mar-15
SP5K SUPER BBS5 300914	423	5,000	9-Mar-15
SP3KUL RELOAD 10K 170714	334	10,000	14-Mar-15
SP3KUL RELOAD 10K 220714	1,075	10,000	30-Jun-15
VOUCHER 10K MINI	4,500	10,600	16-Jun-15
VOUCHER 1K	7,500	1,250	16-Jun-15
VOUCHER SUPER 5K	6,000	5,750	16-Jun-15
VOUCHER SUPER 50K	1,000	50,750	16-Jun-15

Sumber : Laporan Adm. Logistik Nov 2014

Berdasarkan laporan sisa stok dan masa *expired* kartu pada table 4.2, dapat terlihat bahwa kartu perdana SP2K Bebas OP yang memasuki masa *expired* oleh karena itu pihak manajemen cabang harus melakukan aktivasi.

Syarat stok perdana yang dapat dilakukan aktivasi yang dilakukan oleh dealer adalah masa *expired* stok perdana kurang dari satu bulan, dengan demikian SP2K Bebas OP dapat dilakukan pengaktifan oleh dealer yang melakukan kerjasama dengan pihak XL. Disini PT. EUI akan menggunakan *budget* promo dari manajemen pusat yang merupakan dana operasional cabang yang di dapat setiap bulannya. Sedangkan PT. XL juga menggunakan *budget* promo untuk melakukan kerjasama ini. Stok perdana SP2K Bebas OP adalah produk XL berupa kartu perdana yang memiliki pulsa Reguler sebesar Rp. 4.000,- dengan masa aktif 30 hari. Pada laporan sisa stok dan masa *expired* perbulan November stok kartu perdana tersisa 2.522 Pcs di gudang logistic Muba yang akan *expired* 15 hari lagi.

B. Cara XL. Axiata dan PT. EUI dalam melakukan *sharing budget* Peningkatan *Revenue*.

Untuk melakukan kerjasama *sharing budget* PT. XL Axiata dan PT. EUI terlebih dahulu melihat keadaan stok perdana, berdasarkan laporan yang dibuat oleh staf logistic dapat diketahui ada 2.522 Pcs stok perdana yang memasuki masa *expired*. Masa *expired* SP2K bebas yang akan mati pada tanggal 15 Desember 2014 setelah di aktivasi tanggal 1 Desember 2014 maka stok perdana tersebut akan aktif 30 hari setelah masa aktivasi. Dengan demikian stok perdana akan aktif hingga tanggal 30 Desember 2014, saat dipasarkan perdana dalam keadaan aktif maka akan terjadi penurunan harga. Setelah diketahui jumlah SP yang memasuki masa *expired* maka diketahui jumlah dana yang akan dilakukan *sharing*.

Sebanyak 2.522 Pcs SP2K Bebas OP x Rp. 4.000,- = Rp. 10.088.000

Rp. 10.088.000,- merupakan harga jual normal stok perdana yang dalam keadaan segel.

Melihat dana yang dibutuhkan tidak sedikit, oleh karena itu XL dan EUI melakukan *Sharing Budget*. Berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak stok perdana tersebut setelah di aktivasi akan dijual seharga Rp. 2.000,- dari harga normal Rp. 4.000 kepada masyarakat.

Maka akan diterima dari penjualan ;

$$2.522 \text{ Pcs} \times \text{Rp. } 2.000,- = \text{Rp. } 5.044.000,-$$

Selisih setor ke manajemen EUI pusat sebesar

$$\text{Rp.}10.088.000,- - \text{Rp. } 5.044.000,- = \text{Rp. } 5.044.000,-$$

Sisa dari hasil penjualan tersebut sebesar Rp. 5.044.000

Oleh karena itu PT. XL dan EUI melakukan *sharing budget* dalam menutupi kekurangan dari hasil penjualan.

Berdasarkan kesepakatan keduanya melakukan *sharing budget* sebesar masing-masing 50%. Sehingga,

$$50\% \text{ dari Rp. } 5.044.000,- \text{ adalah Rp. } 2.522.000$$

Program ini dilaksanakan oleh EUI sebagai distributor, dari hasil kesepakatan akhirnya XL menyetorkan sebesar Rp. 2.522.000,- kepada manajemen cabang EUI untuk akhirnya dilakukan penyetoran ke EUI pusat. Sedangkan EUI cabang menggunakan *Budget* promo cabang untuk membayar tersebut. Budget promo merupakan anggaran promosi dealer yang diberikan oleh manajemen dealer pusat.

Setelah dilakukan aktivasi stok perdana sebanyak 2.522 Pcs oleh EUI, maka stok perdana aktif tersebut dijual oleh tim marketing EUI. Dari kegiatan aktivasi ini bisa dilihat peningkatan *Revenue* yang terjadi untuk cabang MUBA.

**4.3 Laporan Net Add
(Pengaktifan Stok Perdana Baru)
Per Desember 2014**

CLAUSTER	DEALER NAME	Target	WEEK				Total
			1	2	3	4	
C1-MGLG	PT. EUI MAGELANG	2970	289	145	918	262	1614
E1-MRD	PT. EUI BANGKALAN	2450	229	237	285	390	1141
E2-SGRJ	PT. EUI SINGARAJA	3200	239	310	830	2919	4298
J1-DPOK	PT. EUI DEPOK	2900	374	748	339	381	1842
N2-PTNK	PT. EUI PONTIANAK	3050	284	2798	392	933	4407
S1-SMLG	PT. EUI P. SIANTAR	2500	392	948	379	273	1992
S2-JMBI	PT. EUI JAMBI	2700	419	398	841	389	2047
S2-MRB	PT. EUI MUARA BUNGO	2400	294	283	842	482	1901
S2-PDNG	PT. EUI PADANG	3150	428	647	2904	338	4317
S3-BKLU	PT. EUI BENGKULU	3150	2871	384	329	392	3976
S3-LAPG	PT. EUI LAMPUNG	3400	469	849	402	2104	3824
S3-LPGB	PT. EUI KOTABUMI	3780	475	302	3208	394	4379
S3-MBSN	PT. EUI MUBA	3100	2890	283	304	749	4226
S3-PLG	PT. EUI PALEMBANG	2900	923	829	382	192	2326

Sumber : Monitoring Area Manager Sum-3, Des 2014

Table 4.3 menunjukkan bahwa terjadi pengaktifan stok perdana cukup banyak yang dilakukan dealer cabang Banyuasin. Aktivasi yang dilakukan pada minggu pertama di bulan Desember sebanyak 2.890 pcs yang merupakan hasil dari pengaktifasian dealer sebanyak 2.522 pcs sedangkan sisanya 368 pcs terjadi pengaktifan di lapangan. Dengan demikian target bulanan yang diberikan manajemen dealer pusat sebanyak 3.100pcs dapat tercapai, dan stok perdana yang memasuki masa *expired* di gudang logistic MUBA telah habis.

Dengan bertambahnya *net add* yang dilakukan hal ini akan meningkatkan revenue dealer cabang MUBA di antara dealer EUI cabang lain.

Tabel 4.4
Monitoring *Revenue Dealer*
Per Desember 2014

MONITORING GROWTH REVENUE DEALER PT. EXCEL UTAMA INDONESIA				
CLAUSTER	DEALER NAME	AVERAGE WEEKLY	PENCAPAIAN PERBULAN	GROWTH
N2-PTNK	PT. EUI PONTIANAK	1101.75	1.445	↑ 57.1
S2-PDNG	PT. EUI PADANG	1094.75	1.370	↑ 50.9
S3-MBSN	PT. EUI MUBA	1079.25	1.363	↑ 34.5
E2-SGRJ	PT. EUI SINGARAJA	1074.5	1.343	↑ 31.7
S3-BKLU	PT. EUI BENGKULU	1056.5	1.262	↑ 29.0
S3-LPGB	PT. EUI KOTABUMI	994	1.158	↑ 26.3
S3-LAPG	PT. EUI LAMPUNG	956	1.125	↑ 13.6
S3-PLG	PT. EUI PALEMBANG	581.5	0.802	↑ 10.8
S1-SMLG	PT. EUI P. SIANTAR	511.75	0.797	↑ 9.7
S2-MRB	PT. EUI MUARA BUNGO	498	0.792	↑ 3.4
S2-JMBI	PT. EUI JAMBI	475.25	0.758	↓ -2.9
J1-DPOK	PT. EUI DEPOK	460.5	0.635	↓ -5.7
C1-MGLG	PT. EUI MAGELANG	403.5	0.543	↓ -8.7
E1-MRD	PT. EUI BANGKALAN	285.25	0.466	↓ -3.8

Sumber : Monitoring Analisis Channel

Dapat dilihat pada table 4.4 monitoring pencapaian dealer MUBA per Desember 2014, jika pada pencapaian per November lalu cabang Muba berada diposisi bawah dengan penurunan pencapaian yang cukup tinggi. Namun pada pencapaian pada bulan Desember ini cabang Muba mulai meningkat dari bulan sebelumnya.

C. Tinjauan ekonomi Islam terhadap *Sharing Budget* PT. XL Axiata dan PT.

EUI

Dalam tinjauan ekonomi Islam terhadap *sharing budget* yang dilakukan XL dan EUI tidak sesuai dengan syariat Islam. Excel Utama Indonesia sebagai pihak

yang melaksanakan kerjasama ini berperan sebagai pihak yang di titik beratkan dalam penjualan produk XL yang telah diaktivasi.

Meskipun produk yang dijual merupakan produk halal dan rill, produk dilakukan aktivasi dengan ketentuan jenis dan harga yang diketahui oleh kedua belah pihak. Namun dalam hal ini pihak XL tidak mau tahu bagaimana pihak EUI dalam menjual stok barang yang telah aktiv. Meskipun penetapan harga pun sesuai dengan kesepakatan bersama, tetapi dalam menjalankan bisnis risiko barang habis atau tidak sangat besar terlebih produk yang dijual merupakan baranga aktiv yang jika tidak habis terjual produk tersebut akan mati dan tidak dapat digunakan kembali.

Berdasarkan undang-undang yang mengatur *musyarakah* kerjasama yang dilakukan XL dan EUI sistem kerjasama keduanya tidak sesuai dengan prinsip Islam. Memang kedua belah pihak masing-masing pihak memberikan porsi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dapat diperoleh oleh kedua belah pihak. Namun risiko kerugian hanya di tanggung oleh salah satu pihak yang menjalankan kerjasama yaitu pihak PT. EUI tentu saja hal ini dilarang dalam sistem Ekonomi Islam.

Sedangkan dalam dasar hukum *musyarakah* berdasarkan firman Allah SWT pada QS. A-Shaad ayat 24 yang mengatur kerjasama terjalin tanpa ada pihak yang terzhalimi. Meskipun tujuan peningkatan *revenue* kedua belah pihak tercapai namun pihak EUI terzhalimi dengan risiko tidak habisnya penjualan produk XL akan di tanggung sendiri. Sementara penjualan hanya dilakukan oleh EUI, tentu saja XL telah melakukan kezhaliman dalam bisnis.

Meskipun dalam bisnis yang dilakukan ini terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak, namun bagi EUI ini adalah jalan keluar dari kerugian yang lebih besar. Untuk menghindari hal tersebut hukum bisnis yang dilakukan telah melanggar hukum bisnis syariah yang menjaga harta yang mana dalam hadis HR. Al-Baihaqi menyebutkan supaya para pelaku bisnis mengetahui betapa besarnya nilai harta dan risikonya, serta betapa pentingnya hukum bisnis syariah dalam melindungi sekaligus memelihara harta.

Sesungguhnya keadilan yang komprehensif tidak dikenal oleh sejarah kemanusiaan melainkan di dalam Islam. Sebab meskipun sistem ekonomi konvensional berupaya merealisasikan keadilan, namun mereka tidak mengenal sistem keadilan yang komprehensif karena keadilannya berkurang, dan didalamnya masih terdapat unsure kezhaliman, baik terhadap kelompok untuk kemaslahatan individu, seperti yang terjadi di Negara-negara kapitalis, atau kezhaliman terhadap individu untuk kemaslahatan kelompok, bahkan untuk kemaslahatan sekelompok masyarakat (partai), seperti yang terjadi di Negara-negara sosialis yang mengaku menegakkan keadilan dan menghilangkan kezhaliman para pemilik modal bagi para pekerja, namun hasilnya adalah kezhaliman terhadap semua pihak untuk kepentingan partai pemerintah yang berdampak pada keredupan sistem sosialis dan kejatuhannya. Terlepas dari kelemahan dan ketidak sempurnaan sistem ini, tidak dapat dibantah bahwa, persaudaraan, salah satu tujuan pokok syariah lainnya, akan hampa sekiranya tidak diperkuat oleh keadilan dalam alokasi dan distribusi berbagai sumber daya yang telah diberikan. Apapun bentuk produksi atau perdagangan, konsep keadilan

dan kebijakan harus tetap berlaku dan ikut serta dalam mengurangi ketegangan social, dan arena itulah ajaran-ajaran ini tetaptransenden.

Segala ketentuan perekonomian dan transaksi bisnis menurut ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an adalah untuk memperhatikan hak individu yang harus terlindungi, sekaligus menegakkan rasa solidaritas yang tinggi dalam masyarakat. Oleh karena itu, syariah mengharamkan perampokan, pencurian, perampasan, penyuapan, pemalsuan, pengkhianatan, penipuan, dan pemakan riba, karena keuntungan yang didapat dengan cara-cara tersebut pada hakikatnya diperoleh dengan mendatangkan kemudharatan kepada orang lain.

Demikian bisnis tidak masalah, hanya saja aktivitas ini harus dilakukan dengan penuh *ihtiyath* (kehati-hatian) supaya tidak terjerumus kedalam kategori *Maghrib*, yaitu *maisir*, *gharar*, dan riba.

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan dari analisis *sharing budget* PT. XL Axiata dan PT. Excel Utama Indonesia dalam program aktivasi peningkatan *revenue* dalam perspektif Islam. (studi kasus PT. Excel Utama Indonesia cabang Banyuasin).

A. KESIMPULAN

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan di PT. EUI alasan kedua belah pihak melaksanakan *sharing budget* adalah untuk mencapai *revenue*. Dalam kegiatan ini XL Axiata memiliki keuntungan dengan bertambahnya *gross adds* atau jumlah pelanggan baru XL sedangkan PT. EUI akan menghabiskan produk XL yang berada di gudang master mereka yang akan memasuki masa *expired*. Sehingga pihak EUI tidak akan mengganti stok perdana yang mati. Namun dalam hal ini hanya PT. EUI diharuskan menjual produk XL yang telah diaktivasi, sehingga produk tersebut menjadi tanggung jawab EUI untuk menjualnya. Ini merupakan risiko yang besar, dimana setiap bisnis tentu saja memiliki risiko namun dalam hal ini risiko yang terjadi hanya di miliki oleh salah satu pihak.

2. Cara yang dilakukan untuk menjalankan program ini yakni dengan cara memastikan berapa banyak produk XL yang akan *expired*. Setelah diketahui kedua belah pihak melakukan kesepakatan berapa harga jual produk yang telah di aktivasi tersebut. Karena harga perdana yang berstatus aktif ini harganya pun akan lebih murah sehingga perlu dilakukan *sharing budget*. Setelah mengetahui jumlah

dan harga jual maka kedua belah pihak menyepakati berapa anggaran dana yang akan mereka tanamkan sehingga tidak terjadi selisih jual ke manajemen EUI pusat. Meskipun demikian tanggung jawab terjual nya produk XL hanya di tanggung oleh pihak EUI, jika produk yang telah dia aktivasi tidak habis terjual maka kerugian EUI harus menggantinya. Sementara itu XL tidak menanggung risiko terjadinya tunggakan stok mati.

3. Dalam pandangan ekonomi Islam kerjasama yang dijalankan tidak sesuai dengan akad *Musyarakah*, dimana terjadi kecurangan dalam pertanggung jawaban risiko yang terjadi. Sementara itu dalam bisnis syariah tidak diperbolehkan terjadinya kezhaliman antara kedua belah pihak yang menjalankan kerjasama. Meskipun kedua belah pihak telah saling menyetujui kerjasama yang dilakukan tetapi Islam tidak memperbolehkan adanya pihak yang dirugikan dalam menjalankan bisnis, karena hal ini akan menimbulkan riba. Dan Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

B. SARAN

1. Dalam menjalankan kerjasama kedua belah pihak dinilai tidak sesuai dengan syariat Islam, sehingga diharapkan keduanya melaksanakan kerjasama sesuai dengan syariat Islam agar terpenuhinya keadilan terhadap kerjasama kedua belah pihak.
2. Layanan yang diberikan XL dan EUI di harapkan lebih optimal kepada masyarakat yang berada di pedesaan. Sehingga XL mampu menjadi pilihan utama masyarakat terhadap kebutuhan telekomunikasi seluler. Untuk itu sangat diharapkan kerjasama dapat dilakukan dengan adil sehingga keberlangsungan kerjasama yang dilakukan akan lama. Tentu saja ini merupakan keinginan bersama asalkan kedua belah pihak bisa bekerjasama dengan adil.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan terjemahnya.
- Adisaputro, Gunawan dan Marwan Asri. *Anggaran Perusahaan Buku 1*. Yogyakarta:Fakultas Ekonomi UGM, 2003.Aksara.1997
- Al-Jajawi, Ali Ahmad. *Indahnya Syariat Islam (Hikmah at-tasyri'wa Falsafatuhu)*, penerjemah Faisal Shaleh, dkk. Jakarta: Gema Insani Press. 2006
- Ath-Tharsyah, Adhan. *Anda dan Harta (Anta wa al-mâl)*, penerjemah Taufik Damas. Jakarta: pustaka Al-Kautsar. 2004
- Djamil. Fathurrahman. *Penerapan Hukum Perjanjian dalam transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika. 2013
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. *Manajemen Pemasaran*, Bandung:Yrama Widya. 2011
- Kadir, A. *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*, Palu: AMZAH. 2010
- Kartasapoetra, dkk.,. *pembentukan perusahaan industry*. Jakarta, Bina Aksara. 1987
- Kasmir dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana. 2012
- Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas bisnis Islami*, Jakarta : Gema Insani Press, 2004
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia. 1983
- Prasetya, Rudhi. *Teori dan Praktik Perseroan Terbatas*, Surabaya: Sinar Grafika. 2011
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press. 1997
- Suhendi, Hendi. *Fiqh muamalah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.2010.
- Sukirno, Sadono. *Mikroekonomi Teori Pengantar*, Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada. 2014

Sule, Ernie Tisnawati dan Kurniawan Syaifullah. *Pengantar Manajemen*. Jakarta, Kencana.2004

Wangsawidjaja, A. *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: Kompas Gramedia. 2012

Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta : Sinar Grafika, 2008

www.eui.co.id

www.xl.co.id

BIODATA

Nama : Fitri Yanti
Nim : 13190329
Tempat tanggal lahir : Tangerang, 18 Agustus 1992
Alamat : Jalan Sukabangun 1 Lrg. Cempedak No. 1212
RT/RW : 22/03 No. 1212 Palembang
Email : yanti.fitri18@gmail.com
No. Hp : 0857 5881 0023

Riwayat pendidikan

1998-2004 : SDN 130 Palembang
2004-2007 : SMPN 40 Palembang
2007-2010 : SMAN 13 Palembang
2010-2013 : D3 Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Raden Fatah
Palembang
2013-2015 : Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang