

**PELAKSANAAN PENJUALAN KONSINYASI DALAM
MENGEMBANGKAN USAHA PADA INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH
(IKM) PANGAN KOTA PEKANBARU DITINJAU MENURUT
EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy)



ELABE PINTI

NIM. 10925006491

PROGRAM S1

JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2013

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Pelaksanaan Penjualan Konsinyasi dalam Mengembangkan Usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam**”. Penelitian ini dilakukan di sekitar wilayah Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang terjadi pada Industri Kecil dan Menengah (IKM), khususnya pada IKM Pangan Kota Pekanbaru. Karakteristik IKM yang minim dalam kepemilikan modal menjadi salah satu hambatan bagi IKM untuk menjalankan usahanya secara maksimal, terutama dalam memasarkan produk. Hal yang sama juga terjadi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru. Oleh karena itu, sebagian dari pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru memilih untuk menerapkan penjualan konsinyasi dalam memasarkan produknya. Penjualan konsinyasi memiliki kelebihan jika dibandingkan dengan sistem pemasaran lainnya, yaitu dapat memperluas wilayah pemasaran produk dengan biaya yang kecil.

Pada dasarnya, ketersediaan wilayah pemasaran yang luas dapat mendorong perkembangan usaha, karena dapat meningkatkan penjualan, produksi, jumlah pelanggan, pendapatan, serta laba yang diperoleh. Dengan demikian, melalui penjualan konsinyasi, pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru berharap dapat mengembangkan usaha meskipun memiliki modal yang minim. Namun, ternyata dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi ini, pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru menemui beberapa masalah yang kemudian mempengaruhi kemampuan pengusaha untuk mengembangkan usahanya secara maksimal.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis merumuskan 3 (tiga) permasalahan dalam penelitian ini, antara lain: bagaimana pelaksanaan penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, apakah faktor- faktor yang menghambat penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, serta bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap pelaksanaan penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada IKM Pangan Kota Pekanbaru.

Subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru yang menerapkan sistem penjualan konsinyasi. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru yang menerapkan sistem penjualan konsinyasi sebanyak 48 orang. Penulis menggunakan metode *total sampling*, sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 48 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, wawancara dan dokumentasi. Adapun data dari penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang kemudian dianalisis dengan metode analisa kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru terdiri atas beberapa tahapan, yaitu tahap penawaran produk, tahap pembuatan perjanjian, tahap penyerahan produk, tahap realisasi penjualan, tahap pelaksanaan retur produk, dan tahap pembayaran hasil penjualan produk. Dalam penelitian ini ditemukan kenyataan bahwa penjualan konsinyasi tidak dapat mendorong IKM Pangan Kota Pekanbaru untuk mengembangkan usahanya secara optimal karena terhambat oleh beberapa faktor, antara lain, penundaan pembayaran hasil penjualan produk oleh komisioner, adanya persaingan dengan produk sejenis, letak atau posisi pemajangan produk yang tidak strategis, serta adanya dominasi komisioner dalam penentuan harga jual produk. Apabila ditinjau menurut ekonomi Islam, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru merupakan bentuk penerapan dari akad *wakalah bil ujah*, yakni salah satu akad yang diperbolehkan oleh syariat Islam. Meskipun akad yang diterapkan dalam penjualan konsinyasi telah sesuai dengan syariat Islam, namun, pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru belum sepenuhnya sempurna sesuai dengan syariat Islam. Hal ini disebabkan karena dalam realisasi akad atau perjanjian tersebut, pihak komisioner telah melakukan tindakan wan prestasi, yaitu berupa tindakan penundaan pembayaran hasil penjualan produk dari waktu yang diperjanjikan. Tindakan tersebut menimbulkan kerugian bagi pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru selaku pemilik produk.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah mensyariatkan Hukum Islam kepada ummat manusia, juga sebagai ucapan terima kasih yang sebesar- besarnya berkat rahmat, hidayah, dan nikmat yang tidak dapat dihitung yang telah diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul :“ **Pelaksanaan Penjualan Konsinyasi dalam Mengembangkan Usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam**”. Skripsi ini merupakan karya ilmiah yang disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy). Salawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pembawa syariat Islam untuk diimani, dipelajari, dan dihayati, serta diamalkan oleh manusia dalam kehidupan sehari- hari.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud dengan baik, tanpa adanya bantuan dari semua pihak, untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Yang terhormat dan kucinta Ibunda **Rosnelly** dan Ayahanda **Yose Rizal**.

Semua ini tidak akan berarti tanpa do'a dan perjuangan Ibunda dan Ayahanda. Semoga Allah SWT selalu memberkahi hidup Ibunda dan Ayahanda di dunia dan akhirat. Juga kepada Kakanda **Wana** dan Adinda

Dusi yang selalu memberikan dukungan kepada penulis, serta selalu membuat hidup penulis lebih berwarna.

2. Yang terhormat Bapak **Prof. Dr. H. Muhammad Nazir, M.A**, sebagai Rektor UIN SUSKA RIAU beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu pengetahuan di UIN SUSKA RIAU ini.
3. Yang terhormat Bapak **DR.H. Akbarizan, MA, M.Pd**, sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum beserta jajarannya yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Yang Terhormat Bapak **Mawardi, S,Ag. M.Si** sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Islam, beserta Bapak dan Ibu dosen Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum yang telah mencurahkan dan membagi ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Yang Terhormat Bapak **Darmawan Tia Indraajaya, M.Ag** sebagai Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam dan sekaligus sebagai pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama menulis skripsi ini.
6. Kepada bapak dan ibu pengelola perpustakaan UIN SUSKA RIAU, terimakasih atas pinjaman bukunya sebagai referensi bagi penulis.
7. Terimakasih kepada pimpinan dan para pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kota Pekanbaru (Bapak **Askardi**, Bapak **Edy**, Ibu **Sari**) atas bantuan dan kerjasamanya.

8. Terimakasih kepada pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru yang telah bersedia bekerja sama untuk menjadi responden dan memberikan berbagai informasi yang penulis perlukan untuk penyelesaian skripsi ini.

Untuk terakhir kalinya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik secara spiritual maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga amal baik dan sumbangsih dari semua, diterima oleh Allah SWT sebagai amal saleh. *Aamiin*.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, Oktober 2013

Penulis

ELABE PINTI

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian.....	9
E. Metode Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II GAMBARAN UMUM DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KOTA PEKANBARU	
A. Visi dan Misi Disperindag Kota Pekanbaru	15
B. Tujuan dan Sasaran Jangka Menengah Disperindag Kota Pekanbaru	17
C. Strategi dan Kebijakan Disperindag Kota Pekanbaru	19
D. Struktur Organisasi Disperindag Kota Pekanbaru.....	21
E. Program Kerja Disperindag Kota Pekanbaru	30
F. Perkembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru	30

BAB III LANDASAN TEORITIS

A. Konsep Dasar Penjualan Konsinyasi	34
1. Pengertian Penjualan Konsinyasi	34
2. Keuntungan Penjualan Konsinyasi.....	36
3. Sistem Operasi Penjualan Konsinyasi	38
4. Hak dan Kewajiban dari Komisioner	39
B. Industri Kecil dan Menengah (IKM).....	41
1. Pengertian dan Kriteria Industri Kecil dan Menengah (IKM).....	41
2. Perkembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Indonesia.....	44
C. Perwakilan (<i>Al Wakalah</i>).....	46
1. Pengertian <i>Wakalah</i>	46
2. Dasar Hukum <i>Wakalah</i>	47
3. Rukun dan Syarat <i>Wakalah</i>	49
4. Berakhirnya Akad <i>Wakalah</i>	51
5. Perwakilan (<i>Wakalah</i>) dalam Jual Beli	52
6. <i>Wakalah bil Ujrah</i>	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penjualan Konsinyasi dalam Mengembangkan Usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru	59
B. Faktor- Faktor yang Menghambat Penjualan Konsinyasi dalam Mengembangkan Usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru.....	84
C. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Pelaksanaan Penjualan Konsinyasi dalam Mengembangkan Usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru.....	95

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	106
B. Saran	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk mencapai keuntungan yang maksimal.¹ Untuk mencapai tujuannya, setiap perusahaan mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen, sehingga dalam jangka panjang perusahaan mendapatkan keuntungan yang diharapkan.² Akan tetapi, kenyataannya perusahaan tidak mudah mencapai target yang diinginkan. Perusahaan yang dahulunya adalah pemain tunggal pada suatu produk tertentu, kini harus membagi *market share* yang sama dengan pesaing- pesaingnya. Dengan demikian, perusahaan saling bersaing dalam merebut pasar yang sama.³

Agar dapat bertahan dalam persaingan yang kompetitif, maka perusahaan diharapkan dapat mengembangkan strategi yang efektif, termasuk dalam hal pemasaran. Pada dasarnya, pemasaran terdiri dari beberapa kegiatan yang dikenal dengan istilah fungsi pemasaran. Salah satu fungsi yang sangat menentukan keberhasilan dari kegiatan pemasaran adalah penjualan.

Secara umum, penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang mengajak orang lain untuk membeli barang dan jasa yang

¹ Frans M. Royan, *Creating Effective Sales Force*, (Jakarta: CV. Andi Offset, 2004), Ed. ke-2, h.1.

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), Ed. ke-1, h.1.

³ Frans M. Royan, *op.cit.*, h.1.

ditawarkan yang dapat menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Menurut Basu Swasta, penjualan merupakan suatu ilmu atau seni untuk mempengaruhi pribadi, yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.⁴ Kegiatan penjualan terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan pembeli, negosiasi harga, dan syarat- syarat pembayaran.⁵

Kegiatan penjualan merupakan bagian dari pemasaran. Pemasaran adalah salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal- hal yang terlarang oleh ketentuan syariah. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip- prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran diperbolehkan.⁶

Salah satu dari prinsip syariah yang penting dan ditekankan dalam kegiatan pemasaran, termasuk dalam kegiatan penjualan adalah prinsip kejujuran dan keterbukaan, sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ، مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ

Artinya: *“Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya termasuk dalam golongan para nabi, orang- orang yang benar tulus, dan para syuhada.”*

⁴ Basu Swasta, *Manajemen Penjualan*, (Yogyakarta: BPFE, 1998), h.8.

⁵ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), Ed. ke-1, Cet. ke-5, h.22.

⁶ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2008), Cet. ke- 4, h. 27.

Aktivitas penjualan memegang peranan yang sangat penting dalam perusahaan. Penjualan adalah salah satu indikator bagi keberhasilan suatu perusahaan. Melalui penjualan, perusahaan akan memperoleh pendapatan atau pemasukan yang akan digunakan untuk menunjang kegiatan- kegiatan perusahaan lainnya. Oleh karena itu, perusahaan harus menentukan kebijakan dan prosedur yang akan diikutinya untuk memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang telah ditetapkan. Salah satu kebijakan penjualan yang perlu ditentukan oleh perusahaan adalah kebijakan mengenai strategi dalam penjualan produk. Penjualan produk dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain penjualan secara tunai, kredit, cicilan, maupun penjualan secara konsinyasi (titip jual).

Penjualan konsinyasi adalah pengiriman atau penitipan barang dari pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjualan dengan memberikan komisi. Hak milik atas barang, tetap masih berada pada pemilik barang sampai barang tersebut terjual. Sistem penjualan konsinyasi ini dapat dipakai untuk penjualan semua jenis produk.⁷ Dalam hubungan dengan penjualan konsinyasi, pihak yang menyerahkan barang (pemilik) disebut pengamanat (*consignor*). Sedangkan, pihak yang menerima titipan barang disebut komisioner (*consignee*).⁸

⁷ Utoyo Widayat, *Akuntansi Keuangan Lanjutan: Ikhtisar Teori dan Soal*, (Jakarta: LPFE UI, 1999), Ed. Revisi, h. 125.

⁸ Arifin, *Pokok- Pokok Akuntansi Lanjutan*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1999), Ed. ke- 3, Cet. ke-1, h. 148.

Pada sistem penjualan konsinyasi ini, pihak pengamanat (*consignor*) menetapkan perjanjian mengenai penyerahan hak atas barang dan juga hasil penjualan barang- barang konsinyasi. Komisioner (*consignee*) bertanggung jawab terhadap barang- barang yang diserahkan kepadanya sampai barang- barang tersebut terjual kepada pihak ketiga. Komisioner berhak memperoleh penggantian biaya dan imbalan atas penjualan barang tersebut.

Transaksi dengan cara penjualan konsinyasi mempunyai keuntungan- keuntungan tertentu dibandingkan dengan penjualan secara langsung. Salah satu keuntungan penjualan konsinyasi adalah perusahaan dapat memperluas daerah pemasaran produknya. Semakin luas daerah pemasaran, maka semakin terbuka peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan penawaran atas produknya. Selanjutnya, hal ini memungkinkan bagi perusahaan untuk meningkatkan jumlah penjualan produk. Secara tidak langsung, penjualan konsinyasi mendorong pengembangan usaha bagi perusahaan, karena peningkatan jumlah penjualan merupakan salah satu indikator dalam pengembangan usaha.

Salah satu bentuk perusahaan yang menerapkan penjualan konsinyasi dalam kegiatan usahanya adalah Industri Kecil dan Menengah (IKM). Menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan, industri kecil adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya, yang memiliki nilai investasi antara Rp. 5.000.000,- sampai Rp. 200.000.000,-. Sedangkan, industri menengah, yaitu suatu kegiatan ekonomi yang mengolah

bahan mentah, bahan setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya, yang memiliki nilai investasi antara Rp. 200.000.000,- sampai Rp. 10 milyar.

Karakteristik IKM yang minim dalam kepemilikan modal sering menjadi hambatan bagi IKM dalam mengelola usahanya, termasuk dalam memasarkan produknya. Keterbatasan biaya dalam menyewa toko atau outlet untuk memasarkan produk, menyebabkan mayoritas IKM sulit untuk menjangkau daerah pemasaran produk yang luas. Oleh karena itu, produk IKM hanya dapat dipasarkan pada ruang lingkup daerah yang relatif kecil.

Adanya permasalahan di atas menyebabkan sebagian besar IKM memilih untuk memasarkan produknya melalui sistem penjualan konsinyasi. IKM mempercayakan penjualan atas produknya kepada pihak komisioner seperti supermarket, minimarket, toko, atau warung. Selanjutnya, IKM memberikan biaya komisi kepada komisioner atas jasanya dalam merealisasikan penjualan produk IKM.

Melalui penjualan konsinyasi, IKM dapat memperluas daerah pemasaran produknya tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. IKM cukup mengalokasikan sebagian kecil dari keuntungan yang diperolehnya untuk diberikan kepada komisioner sebagai biaya komisi. Dengan demikian, IKM memperoleh kesempatan untuk mengembangkan usahanya melalui ketersediaan daerah pemasaran yang luas.

Kota Pekanbaru merupakan salah satu kota di Provinsi Riau yang menjadi pusat pertumbuhan industri kecil dan menengah (IKM). IKM Kota Pekanbaru mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dari tahun ke tahun. Hal ini ditandai dengan semakin bertambahnya jumlah IKM yang menunjukkan eksistensinya, baik dalam bidang sandang, pangan, maupun kerajinan.

IKM Pangan Kota Pekanbaru memiliki karakteristik yang sama sebagaimana IKM pada umumnya, yaitu memiliki keterbatasan modal. Hal ini menjadi salah satu alasan bagi sebagian IKM Pangan Kota Pekanbaru, untuk memasarkan produknya melalui penjualan konsinyasi (titip jual). Biaya pemasaran produk melalui penjualan konsinyasi dianggap lebih murah sehingga dapat disesuaikan dengan modal minim yang dimiliki oleh IKM Pangan Kota Pekanbaru.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Kabid Perindustrian Disperindag Kota Pekanbaru, bahwa sebagian besar IKM Kota Pekanbaru khususnya yang bergerak dalam bidang pangan menerapkan penjualan konsinyasi dalam memasarkan produknya. Produk yang dihasilkan oleh IKM Pangan Kota Pekanbaru antara lain berbagai jenis makanan dan minuman olahan seperti kue, kripik, susu kedele, ice cream, abon, jamur dan sebagainya.⁹ IKM Pangan Kota Pekanbaru biasanya menitipkan hasil

⁹ Askardi, Kabid Perindustrian Disperindag Kota Pekanbaru, *Wawancara*, Pekanbaru, 20 Maret 2013.

produksinya ke warung, toko, minimarket, bahkan supermarket yang terdapat di wilayah Kota Pekanbaru dan sekitarnya.

Penjualan konsinyasi dapat memperluas daerah pemasaran produk. Oleh karena itu, IKM Pangan Kota Pekanbaru berharap dapat meningkatkan nilai penjualan produk melalui sistem ini. Sehingga, IKM Pangan Kota Pekanbaru dapat merealisasikan tujuannya untuk melakukan pengembangan usaha.

Berdasarkan hasil pra riset yang telah dilakukan, penulis menemukan bahwa IKM Pangan Kota Pekanbaru berhadapan dengan beberapa masalah atau kendala dalam penjualan konsinyasi. Masalah- masalah tersebut antara lain penundaan pembayaran hasil penjualan produk oleh komisioner (*consignee*), persaingan yang ketat dengan produk sejenis, serta penempatan produk yang tidak strategis oleh pihak komisioner (*consignee*). Masalah- masalah tersebut mempengaruhi kemampuan IKM Pangan dalam mengembangkan usaha.

Penundaan hasil penjualan produk merupakan salah satu masalah krusial yang dihadapi oleh IKM Pangan Kota Pekanbaru. Sebagai contoh, menurut Doni, pemilik IKM “Hanafa Food”, selama ini beberapa supermarket yang menjadi tempat penitipan produknya sering melakukan penundaan dalam membayar hasil penjualan produk.¹⁰ Hal tersebut juga dirasakan oleh Ibu Eva, pemilik IKM “Umami Fruit Salad”, yang pernah menunggu

¹⁰ Doni Fajri, pemilik IKM “Hanafa Food”, *Wawancara*, Pekanbaru, 03 April 2013.

pembayaran hasil penjualan salad buahnya hingga satu bulan dari waktu yang dijanjikan oleh pihak komisioner (*consignee*). Akibatnya, meskipun penjualan produk meningkat, namun pendapatan yang potensial untuk dijadikan modal tidak dapat segera dikelola untuk menghasilkan produk selanjutnya.¹¹

Selain itu, persaingan antar produk serta penempatan produk yang tidak strategis pada lokasi komisioner, juga menjadi masalah yang dihadapi oleh IKM Pangan Kota Pekanbaru dalam penjualan konsinyasi. Kedua masalah ini secara langsung mempengaruhi tingkat penjualan produk. Dengan tingkat penjualan yang rendah, maka IKM Pangan Kota Pekanbaru kesulitan dalam mengembangkan usaha.

Berdasarkan permasalahan- permasalahan yang dihadapi oleh IKM Pangan Kota Pekanbaru tersebut, maka penulis merasa perlu untuk menganalisa pelaksanaan penjualan konsinyasi yang diterapkan oleh IKM Pangan Kota Pekanbaru. Sehingga dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: *Pelaksanaan Penjualan Konsinyasi dalam Mengembangkan Usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.*

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus pada permasalahan yang diteliti, maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas mengenai

¹¹ Evario Oktalina, pemilik “Umami Fruit Salad”, *Wawancara*, Pekanbaru, 03 April 2013.

pelaksanaan penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru. IKM yang dimaksud dalam hal ini adalah IKM yang memiliki kriteria sebagaimana yang ditetapkan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan, yaitu industri yang memiliki nilai investasi sebesar Rp.5.000.000,- sampai dengan Rp.10 milyar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, penulis mengambil beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru?
2. Apakah faktor- faktor yang menghambat penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap pelaksanaan penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru

- b. Untuk mengetahui faktor- faktor yang menghambat penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru
- c. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap pelaksanaan penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain:

- a. Bagi peneliti, sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy) di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.
- b. Bagi akademis, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memperkaya *khazanah*, sumbangan pemikiran dan informasi bagi para akademisi dan praktisi tentang perkembangan ekonomi Islam dan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.
- c. Bagi objek teliti, diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan sumbangan pemikiran khususnya bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan, penulis melakukan penelitian ini di wilayah kota Pekanbaru. Kota Pekanbaru dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu kota di Provinsi Riau yang menjadi pusat pertumbuhan bisnis, termasuk pertumbuhan Industri Kecil

dan Menengah (IKM) Pangan, sehingga dengan ini akan memudahkan penulis dalam memperoleh data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru yang menerapkan sistem penjualan konsinyasi. Sedangkan objek dalam penelitian ini yaitu pelaksanaan penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru yang menerapkan sistem penjualan konsinyasi sebanyak 48 orang. (Disperindag Kota Pekanbaru, 2012). Dalam pengambilan sampel, penulis menggunakan metode *total sampling*. Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini adalah seluruh anggota populasi, yakni seluruh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru yang menerapkan sistem penjualan konsinyasi berjumlah sebanyak 48 orang.

4. Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh terdiri dari:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui angket yang disebarkan kepada pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam kepada pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru.

- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk dokumen, laporan, dan arsip- arsip serta buku- buku yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, antara lain:

- a. Angket, yaitu memberikan daftar pertanyaan kepada pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru untuk diisi guna mendapatkan data dan informasi yang akurat mengenai pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru.
- b. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab langsung dengan pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru untuk mendapatkan data dan informasi yang akurat mengenai pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru.
- c. Dokumentasi, yaitu melihat, mencari, dan menganalisis dokumen- dokumen data yang terkait dengan masalah penelitian.

6. Analisa Data

Analisa data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisa kualitatif, yaitu analisa dengan mengelompokkan data- data berdasarkan kategori- kategori atas dasar persamaan jenis dari data- data yang ada, kemudian data tersebut diuraikan sedemikian rupa sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah yang akan diteliti.

7. Metode Penulisan

- a. Metode deduktif, yaitu suatu uraian penulisan yang diawali dengan menggunakan kaedah- kaedah umum, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Metode induktif, yaitu suatu uraian penulisan yang diawali dengan menggunakan kaedah- kaedah khusus, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.
- c. Metode deskriptif, yaitu mengemukakan data-data dan keterangan yang diperoleh kemudian data tersebut dianalisa.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai pembahasan ini serta memudahkan pembaca dalam memahami isi dari tulisan ini, maka penulis memaparkan secara singkat isi dari masing- masing bab. Penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KOTA PEKANBARU

Dalam bab ini, penulis memaparkan hal- hal yang berkaitan dengan Disperindag Kota Pekanbaru, yang meliputi visi dan misi, tujuan dan sasaran jangka menengah, struktur organisasi,

serta program kerja Disperindag Kota Pekanbaru. Selain itu, dalam bab ini penulis juga memaparkan gambaran mengenai perkembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Dalam bab ini penulis memaparkan mengenai konsep dasar penjualan konsinyasi, Industri Kecil dan Menengah (IKM), serta pembahasan mengenai *wakalah* (perwakilan).

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis memaparkan tentang pelaksanaan penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru, faktor- faktor yang menghambat penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru, serta tinjauan ekonomi Islam terhadap pelaksanaan penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini penulis memaparkan kesimpulan dan saran atas hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini.

S

BAB II

GAMBARAN UMUM

DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KOTA PEKANBARU

A. Visi dan Misi Disperindag Kota Pekanbaru

1. Visi

Sebagai langkah awal dalam menjalankan tugas pokok dan fungsi perlu menetapkan suatu visi yang dapat dijadikan sebagai motivator dan dapat memberikan gambaran bersama ke arah mana melangkah agar Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru dapat eksis, antisipatif, dan inovatif. Untuk itu Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru telah menetapkan visi sebagai berikut:

“Terwujudnya Pusat Perdagangan dan Jasa yang didukung oleh Industri yang Mapan, Guna Menunjang Ekonomi Kerakyatan”

2. Misi

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru merupakan salah satu perangkat daerah yang bertanggung jawab dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui penumbuha, pembinaan, pengembangan sektor industri dan perdagangan. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru mengemban misi yang ke-5 dari misi Walikota dan Wakil Walikota terpilih yaitu, meningkatkan perekonomian daerah dan masyarakat dengan meningkatkan investasi bidang industri,

perdagangan, jasa, dan pemberdayaan ekonomi rakyat dengan dukungan fasilitas yang memadai dan iklim usaha yang kondusif.

Adapun usaha- usaha dalam upaya peningkatan tersebut adalah dengan menyusun dan melaksanakan rencana kerja dan program pembangunan, pengendalian mutu hasil industri, pembinaan terhadap kelancaran perdagangan, memberikan pelayanan umum dan pelayanan teknis serta melaksanakan pelatihan- pelatihan di bidang industri dan perdagangan.

Usaha- usaha tersebut dituangkan dalam misi yang nyata dengan harapan seluruh masyarakat dan pihak yang berkepentingan dapat lebih mengenal/ mengetahui tugas pokok dan fungsi Disperindag Kota Pekanbaru.

Adapun misi yang telah ditetapkan untuk mendukung visi antara lain:

- a. Menciptakan industri yang kondusif dan distribusi barang yang merata.
- b. Menumbuhkembangkan industri dan perdagangan yang berwawasan lingkungan.
- c. Meningkatkan mutu produk industri yang mempunyai daya saing dan bertanggung jawab.
- d. Memanfaatkan sumber daya yang ada dan meningkatkan kualitas dan profesionalisme di bidang industri dan perdagangan.

- e. Menyediakan informasi industri dan perdagangan yang akurat.
- f. Meningkatkan pembinaan dan kerjasama dalam pengembangan pasar, distribusi, promosi peningkatan penggunaan produk dalam negeri dan pengawasan barang beredar/ jasa serta perlindungan konsumen.

B. Tujuan dan Sasaran Jangka Menengah Disperindag Kota Pekanbaru

1. Tujuan

Misi Disperindag Kota Pekanbaru diimplementasikan dalam bentuk tujuan jangka menengah. Tujuan ini menggambarkan arah strategis dan perbaikan-perbaikan yang ingin dicapai. Pencapaian tujuan dilakukan dengan membuat skala prioritas untuk memfokuskan arah semua program dan seluruh aktifitas Disperindag Kota Pekanbaru. Adapun tujuan yang telah ditetapkan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Terwujudnya iklim usaha yang kondusif serta ketersediaan barang kebutuhan pokok dan strategis lainnya bagi masyarakat.
- b. Terwujudnya pertumbuhan, perkembangan, dan peningkatan struktur industri dan perdagangan yang berwawasan lingkungan.
- c. Memperluas dan mendorong kesempatan berusaha serta terwujudnya struktur industri dan perdagangan yang kuat sehingga mampu bersaing di pasar global.
- d. Terciptanya SDM aparatur Disperindag Kota Pekanbaru yang profesional dan tersedianya tenaga pembina/ instruktur pelaku usaha industri dan perdagangan yang menguasai IPTEK.

- e. Terwujudnya pusat informasi dan meningkatkan kerja sama industri dan perdagangan baik lokal, regional, maupun nasional.

2. Sasaran

Sasaran jangka menengah Disperindag Kota Pekanbaru menggambarkan hal- hal yang ingin dicapai melalui tindakan- tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan dalam lima tahun mendatang. Sasaran merupakan target kualitatif dari Disperindag Kota Pekanbaru sehingga pencapaian target dijadikan sebagai ukuran kinerja yang sifatnya lebih konkrit dan riil daripada tujuan.

Sasaran Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru antara lain:

- a.
 - 1) Terciptanya iklim usaha yang kondusif
 - 2) Meningkatnya koordinasi ketersediaan dan kelancaran arus barang dan jasa
 - 3) Meningkatnya Perlindungan hak konsumen sesuai dengan ketentuan dan undang- undang yang berlaku.
 - 4) Meningkatnya pendapatan masyarakat dan kesempatan berusaha.
- b. Meningkatkan pembinaan industri dengan memperhatikan ramah lingkungan
- c.
 - 1) Peningkatan mutu melalui sistem permodalan, kemitraan, dan peningkatan IPTEK pelaku usaha bidang industri dan perdagangan.

- 2) Meningkatkan ekspor.
- 3) Melakukan pengawasan dan pengendalian impor.
- d.
 - 1) Peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan pelayanan aparatur.
 - 2) Meningkatnya pengetahuan pelaku usaha bidang industri dan perdagangan.
 - 3) Meningkatnya sarana dan prasarana yang optimal guna peningkatan pelayanan kepada masyarakat dan usaha.
- e.
 - 1) Menyediakan informasi pasar kepada pelaku usaha industri dan perdagangan.
 - 2) Meningkatnya kerjasama industri dan perdagangan dalam dan luar negeri dalam rangka memperluas akses pasar.

C. Strategi dan Kebijakan Disperindag Kota Pekanbaru

1. Strategi

Disperindag dalam menghadapi masalah yang diperkirakan akan timbul di masa yang akan datang membuat strategi sebagai antisipasi terhadap permasalahan yang ada dan dapat memberikan arah dan dorongan pelaksanaan kegiatan. Adapun strategi yang akan dilakukan antara lain:

- a. Meningkatkan daya saing produk dalam rangka menghadapi pasar bebas melalui peningkatan mutu dan efisiensi produksi.
- b. Menumbuhkembangkan kelompok- kelompok usaha bersama dalam rangka pembinaan IKM.

- c. Melakukan pembinaan dan penyuluhan terhadap IKM di Kota Pekanbaru.
- d. Membangun Kawasan Industri (Kawasan Industri Tenayan) dan sentra pemasaran produk IKM Kota Pekanbaru (sentra rotan, dll).
- e. Mengupayakan kelancaran arus barang dan jasa melalui peningkatan pelayanan dan koordinasi kepada dunia usaha, asosiasi dan instansi terkait.
- f. Menciptakan koordinasi dan fasilitasi dengan pihak terkait dalam upaya kelancaran dan ketersediaan barang dan jasa.

2. Kebijakan

Untuk mencapai tujuan dan sasaran Disperindag Kota Pekanbaru memerlukan kebijakan sebagai pedoman pelaksanaan tindakan- tindakan tertentu yang dapat menentukan strategi yang akan dilaksanakan dan dapat mengatur suatu mekanisme tindak lanjut pencapaian tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan.

Kebijakan yang telah ditetapkan tersebut antara lain:

- a. Menciptakan iklim usaha yang kondusif serta memperkuat struktur industri dan perdagangan dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi.
- b. Menciptakan pelayanan industri dan perdagangan yang prima kepada masyarakat dengan prinsip *clean and good governance*.
- c. Meningkatkan kemampuan SDM aparatur Disperindag.

- d. Peningkatan sarana dan prasarana dalam rangka mendukung pelayanan di sektor industri dan perdagangan.

D. Struktur Organisasi Disperindag Kota Pekanbaru

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka yang menunjukkan sebuah tugas dan kegiatan, hubungan antar fungsi, wewenang dan tanggung jawab tiap bagian atau departemen atas pekerjaan yang dibebankan, untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Struktur organisasi Disperindag Kota Pekanbaru berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah dan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 8 Tahun 2008 tanggal 31 Juli 2008 tentang Pembentukan struktur organisasi, Kedudukan dan Tugas Pokok Dinas- Dinas di lingkungan Kota Pekanbaru, terdiri dari:

Berikut ini akan diuraikan mengenai tugas dan fungsi masing- masing bagian dalam struktur organisasi tersebut:

1. Kepala Disperindag

Kepala Disperindag mempunyai rincian tugas:

- a. Merumuskan kebijakan teknis dalam bidang perindustrian dan perdagangan.
- b. Menyelenggarakan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang perindustrian dan perdagangan.
- c. Membina dan melaksanakan urusan bidang perindustrian dan perdagangan.
- d. Melakukan pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang perindustrian dan perdagangan.
- e. Membina Unit Pelaksana Teknis Dinas dalam lingkup tugasnya

Kepala Disperindag dalam melaksanakan rincian tugas, menyelenggarakan fungsi:

- a. Perumusan kebijakan teknis di bidang perindustrian dan perdagangan
- b. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum
- c. Penyusunan rencana kerja, pemantauan, dan evaluasi
- d. Pembinaan dan pelaporan
- e. Penyelenggaraan urusan penatausahaan dinas

2. Sekretaris

Sekretaris mempunyai rincian tugas:

- a. Memimpin, menyelenggarakan kegiatan administrasi kepegawaian, umum, perlengkapan, keuangan, dan penyusunan program dinas.
- b. Menyusun rencana kerja dan membuat laporan tahunan.
- c. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan program kerja tahunan di lingkungan dinas.
- d. Mewakili Kepala Dinas apabila yang bersangkutan berhalangan atau tidak berada di tempat.
- e. Mengkoordinasikan, mengarahkan, membina dan merumuskan pedoman dan petunjuk administrasi keuangan, kepegawaian, tata persuratan, perlengkapan, umum, dan rumah tangga di lingkungan dinas.

Sekretaris dalam melaksanakan rincian tugasnya menyelenggarakan fungsi:

- a. Penyusunan program kerja dinas
- b. Penyelenggaraan pelayanan administrasi, keuangan, kepegawaian, tata persuratan, perlengkapan, umum dan rumah tangga.
- c. Pelaksanaan organisasi pelayanan administrasi dinas
- d. Pengkoordinasian rapat dinas dan keprotokolan
- e. Pengkoordinasian laporan tahunan.

Dalam melaksanakan tugasnya, sekretaris dibantu oleh tiga kepala sub bagian, yaitu kepala sub bagian kepegawaian, umum, dan

perlengkapan; kepala sub bagian keuangan; dan kepala sub bagian. Masing- masing kepala sub bagian tersebut berada di bawah dan bertanggung jawab kepada sekretaris.

3. Bagian Industri

Bagian industri dipimpin oleh seorang kepala dan bertanggung jawab kepada Kepala Disperindag. Kepala Bidang Industri mempunyai tugas:

- a. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan bimbingan teknis pembinaan dan penyuluhan dunia usaha industri kimia, logam, mesin, elektronika, dan industri aneka.
- b. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan kebijakan bimbingan teknis pengembangan usaha, produksi industri kecil, menengah, dan besar.
- c. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan penyiapan bahan baku dan bahan penolong dalam peningkatan industri kecil dan menengah.
- d. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan penyiapan bahan penyuluhan terhadap dunia usaha dalam meningkatkan mutu serta menunjang hasil produksi yang berorientasi ekspor.
- e. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan penyiapan teknis pendidikan standar mutu usaha industri.

Kepala bidang industri dalam melaksanakan rincian tugasnya menyelenggarakan fungsi:

- a. Pengkoordinasian, pembina, dan perumusan bimbingan teknis.
- b. Pengembangan usaha produksi.
- c. Penyiapan bahan penyuluhan bimbingan teknis.
- d. Pengkoordinasian, pembina, dan perumusan penyiapan teknik pendidikan standar mutu.
- e. Pengkoordinasian, pembina, dan perumusan penyiapan rencana dan program.

Dalam melaksanakan tugasnya, Kepala Bagian Industri dibantu oleh Kepala Seksi Pembinaan dan Pengembangan Perindustrian, Kepala Seksi Usaha Perindustrian, dan Kepala Seksi Pendaftaran dan Informasi Industri. Masing- masing kepala seksi tersebut berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Industri.

4. Bidang Perdagangan

Bagian Perdagangan dipimpin oleh seorang kepala dan bertanggung jawab kepada Kepala Disperindag. Kepala Bidang Perdagangan mempunyai tugas:

- a. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan pengetahuan kemampuan teknik manajemen pengusaha dalam melaksanakan kegiatan perdagangan dan persaingan usaha.

- b. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan bimbingan usaha pengembangan impor dan ekspor.
- c. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan pengarahan dan penyuluhan terhadap dunia usaha perdagangan dalam peningkatan mutu serta menunjang hasil produk UKM agar berorientasi ekspor.
- d. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan penyiapan teknik pendidikan standar mutu kepada dunia perdagangan.
- e. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan pengawasan terhadap perdagangan, kemetrolagian, pendaftaran perusahaan serta evaluasi hasil kegiatan di bidang tersebut.

Dalam melaksanakan tugasnya, Kepala Bidang Perdagangan dibantu oleh Seksi Pembinaan dan Pengembangan Perdagangan, Seksi Usaha Perdagangan dan Metrologi, dan Seksi Pendaftaran dan Informasi Perusahaan. Ketiga seksi ini dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang berada dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Perdagangan.

5. Bagian Kerjasama

Bidang kerjasama dipimpin oleh seorang kepala dan bertanggung jawab kepada Kepala Disperindag. Kepala Bidang Kerjasama mempunyai tugas:

- a. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan pengumpulan dan pengolahan data peningkatan kerjasama industri, pengkajian potensi daerah di bidang industri dan perdagangan, pembinaan dan

- pengawasan kebijakan konsumen serta hak atas kekayaan intelektual.
- b. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan penyusunan program kerjasama industri, pengkajian potensi daerah di bidang industri dan perdagangan, pembinaan dan pengawasan kebijakan konsumen serta hak atas kekayaan intelektual.
 - c. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan pengendalian pelaksanaan program kerjasama industri, pengkajian potensi daerah di bidang industri dan perdagangan, pembinaan dan pengawasan kebijakan konsumen serta hak atas kekayaan intelektual.
 - d. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan kerjasama dengan instansi lain dalam rangka peningkatan kerjasama industri, pengkajian potensi daerah di bidang industri dan perdagangan, pembinaan dan pengawasan kebijakan konsumen serta hak atas kekayaan intelektual.

Dalam melaksanakan tugasnya, Kepala Bidang Kerjasama dibantu oleh Seksi Pengkajian dan Koordinasi, Seksi Kerjasama Perindustria, dan Seksi Kerjasama Perdagangan. Masing- masing Seksi dipimpin oleh Kepala Seksi yang bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Kerjasama.

6. Bagian Pembinaan dan Perlindungan

Bagian Pembinaan dan Perlindungan dipimpin oleh seorang kepala dan bertanggung jawab kepada Kepala Disperindag. Kepala Bidang Pembinaan dan Perlindungan mempunyai tugas:

- a. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan penyusunan program kegiatan bimbingan usaha, pembinaan dan pengawasan pelaksanaan kebijakan perdagangan dan jasa.
- b. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan pembinaan dan pengawasan kebijakan perlindungan konsumen.
- c. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan pembinaan dan pengawasan tenaga fungsional.
- d. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan penyuluhan keterampilan sektor industri dan perdagangan.
- e. Mengkoordinasikan, membina, dan merumuskan bimbingan usaha, pembinaan dan pengawasan pelaksanaan kebijakan perdagangan jasa, perlindungan konsumen, tenaga fungsional, serta penyuluhan.

Dalam melaksanakan tugasnya, Kepala Bidang Pembinaan dan Perlindungan dibantu oleh Seksi Bimbingan Usaha dan Perlindungan, Seksi Perlindungan Konsumen, dan Seksi Pengawasan dan Pembinaan. Masing- masing seksi dipimpin oleh Kepala Seksi yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Pembinaan dan Perlindungan.

E. Program Kerja Disperindag Kota Pekanbaru

Program kerja Disperindag Kota Pekanbaru selama periode 2012-2016 adalah sebagai berikut:

1. Program Perlindungan Konsumen dan Pengamatan Perdagangan
2. Program Peningkatan Kerjasama Perdagangan Internasional
3. Program Peningkatan dan Pengembangan Ekspor
4. Program Peningkatan Efisiensi Perdagangan dalam Negeri
5. Program Pembinaan Pedagang Kaki Lima dan Asongan
6. Program Peningkatan Kapasitas Iptek Sistem Produksi
7. Program Pengembangan Industri Kecil dan Menengah
8. Program Peningkatan Kemampuan Teknologi Industri
9. Program Penataan Struktur Industri
10. Program Pengembangan Sentra- Sentra Industri Potensial

F. Perkembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru

Kota Pekanbaru merupakan salah satu kota di Provinsi Riau yang menjadi pusat pertumbuhan industri kecil dan menengah (IKM). IKM Kota Pekanbaru mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dari tahun ke tahun. Hal ini ditandai dengan semakin bertambahnya jumlah IKM yang menunjukkan eksistensinya, baik dalam bidang pangan, sandang, kimia dan bahan bangunan, logam dan elektronika, serta kerajinan.

IKM Pangan merupakan salah satu IKM yang hadir dalam kancah perindustrian Kota Pekanbaru. IKM Pangan merupakan suatu usaha atau kegiatan pengolahan makanan dan minuman. Sampai tahun 2012, jumlah IKM Pangan Kota Pekanbaru telah mencapai sekitar 109 unit. IKM Pangan Kota Pekanbaru tersebar hampir di seluruh wilayah Kota Pekanbaru, seperti kecamatan Sukajadi, Tampan, Sail, Rumbai, dan di beberapa kecamatan lainnya. Produk yang dihasilkan oleh IKM Pangan Kota Pekanbaru terdiri dari berbagai jenis makanan dan minuman olahan seperti kue, keripik, susu kedele, *ice cream*, abon, jamur, dan sebagainya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa untuk mewujudkan iklim usaha IKM yang mapan, maka diperlukan intervensi pemerintah, yang dalam hal ini adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Oleh karena itu, maka Disperindag Kota Pekanbaru telah melakukan berbagai upaya yang mendukung perkembangan IKM, termasuk IKM Pangan. Berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Disperindag dalam mendukung perkembangan IKM antara lain:

1. Kegiatan Pembinaan Industri Kecil dan Menengah

Kegiatan pembinaan yang dilakukan oleh Disperindag Kota Pekanbaru adalah melalui pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB). KUB merupakan suatu kelompok yang melaksanakan kegiatan usaha untuk mendapatkan keuntungan yang dapat dinikmati secara bersama-sama oleh seluruh anggota yang tergabung di dalamnya.

Jumlah anggota dalam setiap KUB terdiri dari 20 orang yang dibina oleh seorang penyuluh dari Disperindag Kota Pekanbaru.

Menurut Bapak Edy, hingga saat ini jumlah KUB yang telah dibentuk oleh Disperindag Kota Pekanbaru berjumlah sekitar 50 KUB, termasuk didalamnya KUB dalam bidang pangan.¹

2. Kegiatan Pelatihan dan Seminar

Untuk meningkatkan kualitas manajemen usaha pada Industri Kecil dan Menengah, maka Disperindag Kota Pekanbaru mengadakan berbagai kegiatan pelatihan maupun seminar. Beberapa kegiatan pelatihan dan seminar yang telah dilaksanakan oleh Disperindag Kota Pekanbaru antara lain:

- a. Pelatihan Achievement Motivaton Training (AMT) pada tanggal 22- 26 April 2013.
- b. Temu Usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) se- Pekanbaru pada 21- 22 Mei 2013.
- c. Seminar SNI dan ISO
- d. Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk
- e. Pelatihan Internet Marketing
- f. Dan lain- lain.

Selain pembinaan dan pelatihan, Disperindag juga telah mengadakan berbagai kerja sama dengan pihak lain dalam mendukung Industri Kecil dan

¹ Edy Tinambunan, Staf Fungsional Umum Industri Disperindag Kota Pekanbaru, *Wawancara*, Pekanbaru, 10 Juni 2013.

Menengah, seperti bank, pusat perbelanjaan, dan sebagainya. Kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan dapat mendukung dan mewujudkan perkembangan Industri Kecil dan Menengah ke arah yang lebih baik. Sehingga IKM memiliki kemampuan yang kompetitif dalam memasuki pasar perdagangan bebas.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. KONSEP DASAR PENJUALAN KONSINYASI

1. Pengertian Penjualan Konsinyasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah konsinyasi diartikan sebagai kegiatan penitipan barang dagangan kepada agen atau orang untuk dijual dengan pembayaran kemudian (jual titip).¹ Utoyo Widayat memberikan pengertian yang lebih lengkap mengenai penjualan konsinyasi, yaitu pengiriman atau penitipan barang dari pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjualan dengan memberikan komisi.²

Dalam hubungan dengan penjualan konsinyasi tersebut, pemilik barang disebut sebagai pengamanat (*consignor*) dan pihak yang dititipkan barang disebut sebagai komisioner (*consignee*). Barang yang dikirim oleh pengamanat atas dasar penjualan konsinyasi disebut sebagai barang konsinyasi, sedangkan barang yang diterima oleh komisioner atas penjualan konsinyasi disebut barang komisi.³

Pengamanat (*consignor*) menetapkan komisioner (*consignee*) sebagai pihak yang bertanggung jawab atas barang- barang yang

¹ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), Ed. ke- 4, h.726.

² Utoyo Widayat, *Akuntansi Keuangan Lanjutan: Ikhtisar Teori dan Soal*, (Jakarta: LPFE UI, 1999), Ed. Revisi, h.125.

³ *Ibid.*

diserahkan kepadanya sampai barang- barang ini terjual kepada pihak ketiga. Atas penjualan barang- barang ini, pihak komisioner menetapkan penyerahan hak atas barang- barang ini dan juga hasil penjualannya. Pihak komisioner tidak memiliki kewajiban kepada pihak pengamanat selain pertanggung jawaban atas barang- barang yang telah diserahkan kepadanya.⁴

Penjualan konsinyasi memiliki perbedaan dengan penjualan biasa. Pada penjualan biasa, umumnya hak milik dari barang telah berpindah tangan jika barang telah dikirim oleh penjual kepada pembeli, sedangkan pada penjualan konsinyasi hak milik barang tetap berada di tangan pengamanat. Hak milik baru berpindah tangan jika barang telah terjual oleh komisioner kepada pihak lainnya.

Perbedaan yang lain adalah dalam hal biaya operasi yang berhubungan dengan barang yang dijual. Dalam transaksi penjualan biasa, semua biaya operasi yang berhubungan dengan barang yang dijual ditanggung oleh pihak penjual, tetapi dalam penjualan konsinyasi semua biaya yang berhubungan dengan barang konsinyasi akan ditanggung oleh pengamanat (pemilik barang).⁵

Ketidakberpindahan hak milik dalam penjualan konsinyasi mengakibatkan biaya operasional dan uang penjualan menjadi kewajiban

⁴ Allan R. Drebin, *Advanced Accounting (Akuntansi Keuangan Lanjutan)*, alih bahasa oleh Freddy Saragih, d.k.k, (Jakarta: Erlangga, 1991), Cet. ke- 1, h.158.

⁵ Arifin, *Pokok- Pokok Akuntansi Lanjutan*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1999), Ed. ke- 3, Cet. ke- 1, h. 147-148.

dan hak dari pengamanat, sedangkan agen akan menerima *fee* dari transaksi penjualan barang yang laku. Kepemilikan atas hasil penjualan tersebut diaplikasikan dengan penetapan harga dan komisi yang pasti bagi komisioner. Sebagai penerima amanat, komisioner tidak diperbolehkan untuk menggunakan uang hasil penjualan produk tersebut.

2. Keuntungan Penjualan Konsinyasi

a. Keuntungan Bagi Pengamanat (*Consignor*)

Berikut beberapa keuntungan yang diperoleh oleh pengamanat dalam penjualan konsinyasi:

- 1) Untuk memperluas daerah pemasaran suatu produk oleh pengamanat (*consignor*) yang disebabkan oleh beberapa hal, antara lain:
 - a) memperkenalkan produk baru, dimana masyarakat belum mengetahui produk tersebut.
 - b) untuk membuka devisi penjualan di suatu daerah adalah sangat mahal investasinya.
- 2) Pengamanat dapat mengendalikan (mengontrol) harga jual dari agen (penerima barang konsinyasi). Hal ini dimungkinkan karena agen hanya menjual dengan harga yang telah ditetapkan oleh pengamanat dan agen hanya menerima komisi atas penjualan tersebut, tanpa mengambil keuntungan dari harga jual barang konsinyasi.⁶

⁶ Utoyo Widayat, *op.cit.*, h. 126.

- 3) Barang konsinyasi tidak ikut disita apabila terjadi kebangkrutan pada pihak komisioner sehingga resiko kerugian dapat ditekan.⁷
 - 4) Pengamanat dapat memperoleh spesialis penjualan, terutama untuk penjualan gandum, ternak, dan hasil bumi. Imbalan untuk jasa seperti ini seringkali berupa komisi, yang dapat berupa persentase harga jual atau dapat juga berupa jumlah yang tetap untuk setiap unit batang yang terjual.⁸
- b. Keuntungan bagi Komisioner (*Consignee*)

Bagi komisioner ada beberapa keuntungan yang diperoleh melalui penjualan konsinyasi, antara lain:

- 1) Komisioner tidak dibebani resiko menanggung rugi bila gagal dalam penjualan barang- barang konsinyasi
- 2) Komisioner tidak mengeluarkan biaya operasi penjualan konsinyasi karena semua biaya akan diganti atau ditanggung oleh pengamanat
- 3) Apabila terdapat barang konsinyasi yang rusak dan terjadi fluktuasi harga, maka hal tersebut bukan tanggungan komisioner (hal ini sangat penting terutama bila barang konsinyasi tersebut berupa buah- buahan, atau produk pertanian lainnya).
- 4) Kebutuhan modal kerja dapat dikurangi , sebab komisioner hanya berfungsi sebagai penerima dan penjual barang konsinyasi untuk pengamanat.

⁷ Arifin, *loc. cit.*

⁸ Allan R. Drebin, *loc. cit.*

5) Komisioner berhak mendapatkan komisi dari hasil penjualan konsinyasi.⁹

3. Sistem Operasi Penjualan Konsinyasi

Dalam melaksanakan penjualan konsinyasi, pengamanat dan komisioner harus membuat kontrak perjanjian terlebih dahulu. Adapun isi dari kontrak perjanjian tersebut, antara lain:

- a. Beban- beban pengeluaran komisioner yang akan ditanggung oleh pengamanat. Misalkan seperti beban pengangkutan, beban reparasi, beban kuli, beban sewa gudang, dan lain sebagainya.
- b. Kebijaksanaan harga jual dan syarat kredit yang harus dijalankan oleh komisioner atas instruksi dari pengamanat.
- c. Komisi atau keuntungan yang akan diberikan oleh pengamanat kepada komisioner.
- d. Laporan pertanggungjawaban oleh komisioner kepada pengamanat yang dilakukan secara berkala atas barang- barang yang sudah terjual dan pengiriman uang hasil penjualan tersebut.
- e. After sales service (garansi) yang harus ditanggung oleh pengamanat atas barang- barang yang telah dijual oleh komisioner.
- f. Hal- hal yang dianggap perlu oleh kedua belah pihak.¹⁰

⁹ Arifin, *op.cit.*, h.149.

¹⁰ Utoyo Widayat, *op.cit.*, h.126-127.

4. Hak dan Kewajiban dari Komisioner (*Consignee*)

a. Hak Pihak Komisioner (*Consignee*)

Komisioner (*consignee*) memiliki beberapa hak dalam penjualan konsinyasi, antara lain:

- 1) Pihak komisioner (*consignee*) berhak memperoleh penggantian atas pengeluaran yang dibutuhkan berkaitan dengan barang konsinyasi dan juga berhak memperoleh imbalan atas penjualan barang konsinyasi. Pengeluaran yang dibutuhkan tergantung pada sifat barang konsinyasi dan biasanya meliputi pengangkutan, asuransi, pajak, penyimpanan, penanganan, reparasi di bawah garansi, dan beban lainnya yang biasanya ditanggung oleh pihak pengamanat (*consignor*).
- 2) Pihak komisioner (*consignee*) berhak menawarkan garansi biasa atas barang konsinyasi yang dijual, dan sementara itu pihak pengamanat (*consignor*) terikat pada syarat pemberian garansi seperti ini.¹¹

b. Kewajiban Pihak Komisioner (*Consignee*)

Sebagai penerima amanat dalam penjualan konsinyasi, komisioner (*consignee*) memiliki beberapa kewajiban yang harus dipenuhi, antara lain:

- 1) Pihak komisioner (*consignee*) harus melindungi barang-barang pihak pemilik dengan cara yang baik dan sesuai dengan sifat

¹¹ Allan R. Drebbin, *op.cit.*, hal.159-160.

barang dan kondisi konsinyasi. Jika pihak konsinyi telah menerima instruksi khusus, maka ia harus melaksanakannya dengan baik untuk menghindari kewajiban.

- 2) Pihak komisioner (*consignee*) harus menjual barang konsinyasi dengan harga yang telah ditentukan atau jika tidak ada ketentuan mengenai harga, ia harus menjualnya dengan harga yang memuaskan kepentingan pihak pemilik.
- 3) Pihak komisioner (*consignee*) harus memisahkan barang konsinyasi dari barang dagangan lainnya. Jika pemisahan fisik ini tidak dapat dilakukan, maka barang konsinyasi ini harus diberi tanda khusus atau diselenggarakan catatan yang memungkinkan untuk menetapkan dengan segera barang konsinyasi ini.
- 4) Pihak komisioner (*consignee*) harus mengirimkan laporan berkala mengenai kemajuan penjualan barang konsinyasi. Laporan ini berisi informasi mengenai barang konsinyasi yang diterima, barang konsinyasi yang dijual, harga jual, biaya penjualan, jumlah yang terhutang, dan jumlah (uang) yang dikirimkan.¹²

¹² *Ibid.*

B. Industri Kecil dan Menengah (IKM)

1. Pengertian dan Kriteria Industri Kecil dan Menengah (IKM)

a. Menurut Undang- Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM

Industri Kecil dan Menengah merupakan bagian dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, oleh karena itu di dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Industri Kecil dan Menengah (IKM) didefinisikan sebagai berikut:

- 1) Industri kecil adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 2) Industri menengah adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau

badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

b. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS)

Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan Industri Kecil dan Menengah (IKM) sebagai berikut:

- 1) Industri kecil, yaitu suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi/setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, yang memiliki tenaga kerja sebanyak 5-19 orang.
- 2) Industri menengah, yaitu suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi/setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi

barang yang lebih tinggi nilainya, yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 20-99 orang.¹³

c. Menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Depperindag)

Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Depperindag) mendefinisikan Industri Kecil dan Menengah (IKM) sebagai berikut:

- 1) Industri kecil, adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya dan memiliki nilai investasi antara Rp. 5.000.000,- sampai Rp. 200.000.000,-, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Industri menengah, adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya yang memiliki nilai investasi antara Rp. 200.000.000,- sampai Rp. 10 milyar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Berdasarkan beberapa pengertian Industri Kecil dan Menengah (IKM) di atas, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai kriteria IKM , yaitu:

¹³ Badan Pusat Statistik (BPS), *Statistik Indonesia 2012 (Statistical Yearbook of Indonesia 2012)*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik (BPS), 2012), h.287.

Tabel III.1

Kriteria IKM Menurut Beberapa Instansi

Instansi/Undang- Undang	Kriteria	Batasan
UU No.20 tahun 2008 tentang UMKM	- Aset (diluar tanah dan bangunan) - Hasil penjualan tahunan	
Badan Pusat Statistik	Jumlah Tenaga Kerja	
Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Depperindag)	Aset (diluar tanah dan bangunan)	
Departemen KUMKM		

Sumber: Data Olahan (2013)

2. Perkembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Indonesia

Secara historis, industrialisasi di Indonesia sebenarnya telah dimulai pada masa penjajahan Belanda, tepatnya setelah pemerintah kolonial Belanda megintrodusir sistem tanam paksa pada tahun 1830-an. Pada periode ini sejumlah industri seperti industri makanan dan minuman, tekstil dan rokok kretek telah ditemukan. Kemudian, industrialisasi modern di Indonesia dimulai ketika Presiden Soeharto berkuasa pada pertengahan 1960-an.

Pemerintah Orde Baru secara sengaja merombak struktur ekonomi Indonesia, dari yang berbasis pada sektor pertanian ke yang berbasis pada sektor industri. Usaha pemerintah Orde Baru itu memang tidak sia- sia. Sejak pemerintahan Orde Baru telah terjadi telah terjadi transformasi yang cukup besar dalam struktur ekonomi Indonesia. Pada awal 1990-an, sumbangan sektor industri terhadap GDP mengalami

peningkatan jika dibandingkan dengan sektor pertanian. Jika sumbangan sektor pertanian kepada GDP turun menjadi 19 %, maka sumbangan sektor industri manufaktur mengalami peningkatan hingga tiga kali lipat, yaitu dari 8 % menjadi 24%.

Sebagaimana di negara- negara yang sedang berproses di dalam industrialisasi, tidak semua industri yang ada pada saat itu merupakan industri besar. Tetapi, sebagian besar industri yang muncul adalah yang berkategori kecil menengah. Sampai tahun 2000-an, kelompok industri yang terkategori mikro, kecil, dan menengah tergolong yang paling besar di Indonesia.¹⁴

Menurut Menteri Perindustrian M.S.Hidayat, jumlah IKM di seluruh Indonesia pada tahun 2010 mencapai 3,8 juta unit usaha dan menyerap 8 juta tenaga kerja. Investasi yang ditanamkan oleh pelaku IKM hingga 2010 sebesar Rp223,3 miliar dengan nilai produksi sebesar Rp503,6 miliar.¹⁵ Pada tahun 2011, jumlah IKM di Indonesia mengalami peningkatan. Berdasarkan data Kemenperin, jumlah industri kecil dan menengah (IKM) di Indonesia pada tahun 2011 telah mencapai angka 3,9

¹⁴ Kacung Marijan, *Mengembangkan Industri Kecil Menengah melalui Pendekatan Cluster*, Jurnal Insan Vol.7 No.3, Desembers 2005, h. 217.

¹⁵ R.M. Goenawan, *Jumlah Industri Kecil dan Menengah 2010 Capai 3,8 juta*, Artikel: 11 Juli 2011, (diakses hari Kamis tanggal 16 Mei 2013, 21:40 WIB).

Adapun pengertian *wakalah* menurut istilah, dirumuskan dengan redaksi yang berbeda- beda oleh para ulama. Berikut beberapa pendapat para ulama yang dikutip oleh Hendi Suhendi, yaitu:

- a. Seseorang menggantikan atau menempati tempat yang lain dalam hak (kewajiban), dia yang mengelola pada posisi itu. (Malikiyah)
- b. Seseorang menempati diri orang lain dalam tasharruf (pengelolaan). (Hanafiyah)
- c. Suatu ibarah seseorang menyerahkan sesuatu kepada yang lain untuk dikerjakan ketika hidupnya. (Ulama Syafi'iyah)
- d. Akad penyerahan kekuasaan, pada akad itu seseorang menunjuk orang lain sebagai gantinya dalam bertindak. (Hasbi Ash Shiddiqie)
- e. Seseorang yang menyerahkan suatu urusannya kepada orang lain yang dibolehkan oleh syara' supaya yang diwakilkan dapat mengerjakan apa yang harus dilakukan dan berlaku selama yang mewakilkan masih hidup. (Idris Ahmad)¹⁸

Berdasarkan berbagai pengertian *wakalah* yang dikemukakan oleh para ulama di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *wakalah* merupakan penyerahan atau pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain untuk melakukan suatu pekerjaan atau urusan yang diperbolehkan oleh syara' dan berlaku selama yang mewakilkan masih hidup.

¹⁸ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2011), Ed. ke- 1, Cet. ke-7, h. 231-233.

عن أبي حميد الساعدي رضي الله عنه قال: استعمل رسول الله صلى الله عليه و سلم رجلا من الأسد على صدقات بني سليم يدعى ابن اللتبية فلما جاء حاسبه

Artinya: “Diriwayatkan dari Abu Humaid al- Sa’adi r.a., ia berkata: Rasulullah SAW mengangkat seorang laki- laki dari suku Asd bernama Yud’a Ibn Lutbiyah sebagai amil (petugas) untuk menarik zakat dari Bani Sulaim, ketika pulang (dari tugas tersebut), Rasulullah memeriksanya” (HR. Bukhari)¹⁹

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ أَنَّهُ سَمِعَهُ يُحَدِّثُ قَالَ أَرَدْتُ الْخُرُوجَ إِلَى خَيْبَرَ فَأَتَيْتُ رَسُولَ اللَّهِ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- فَسَلَّمْتُ عَلَيْهِ وَقُلْتُ لَهُ إِنِّي أَرَدْتُ الْخُرُوجَ إِلَى خَيْبَرَ. فَقَالَ إِذَا أَتَيْتَ وَكَيْلِي فَخُذْ مِنْهُ خَمْسَةَ عَشَرَ وَسَقًا

Artinya: “Dari Jabir r.a. ia berkata: Aku keluar pergi ke Khaibar, lalu aku datang kepada Rasulullah Saw, maka beliau bersabda, “Bila engkau datang pada wakilku di Khaibar, maka ambillah darinya 15 wasaq (HR.Abu Daud)²⁰

3. Rukun dan Syarat Wakalah

Wakalah mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga wakalah tersebut dapat dikatakan sah oleh syara’. Rukun wakalah terdiri dari beberapa hal, antara lain:

- a. *Muwakkil* (orang yang mewakilkan)

¹⁹ Muhammad bin Ismail Ibn Bukhari, *Shahih Al Bukhari*, (Bairut: Dar Ibn Katsir, 1987), jilid 2, h. 546.

²⁰ Abu Daud Sulaiman, *Sunan Abu Daud*, (Bairut: Dar Al Kitab Al ‘Arabi,t,t), juz 3, h.350.

- b. Wakil (orang yang mewakili)
- c. *Muwakkal Fih* (sesuatu yang diwakilkan)
- d. Shigat (*ijab* dan *qabul*)

Adapun syarat- syarat yang harus dipenuhi dalam akad wakalah, antara lain:

- a. Orang yang mewakilkan (*muwakkil*) syaratnya dia berstatus sebagai pemilik urusan/benda dan menguasainya serta dapat bertindak terhadap harta tersebut dengan dirinya sendiri. Dalam hal ini, maka anak kecil dan orang gila tidak sah menjadi *muwakkil* karena tidak termasuk orang yang berhak untuk bertindak.²¹
- b. Wakil (orang yang mewakili) syaratnya ialah orang yang berakal. Bila seorang wakil itu idiot, gila, atau belum dewasa, maka perwakilan batal. Menurut Hanafiyah anak kecil yang sudah dapat membedakan yang baik dan buruk sah untuk menjadi wakil, alasannya ialah bahwa Amar bin Sayyidah Ummuh Salah mengawinkan ibunya kepada Rasulullah SAW, saat itu Amar merupakan anak kecil yang masih belum baligh.²²
- c. *Muwakkal Fih* (sesuatu yang diwakilkan), syarat- syaratnya adalah:
 - 1) Pekerjaan atau urusan itu dapat diwakilkan atau digantikan oleh orang lain. Oleh karena itu, tidak sah untuk mewakilkan untuk

²¹Abdul Rahman Ghazaly, *et.al.*, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2010), Ed.ke- 1, Cet. ke- 1, h.189.

²²Sayyid Sabiq dalam Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Ed.1, Cet.7, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), Ed.1, Cet.7, h. 235.

mengerjakan ibadah seperti salat, puasa, dan membaca al Qur'an.

- 2) Pekerjaan itu dimiliki oleh muwakkil sewaktu akad wakalah. Oleh karena itu, tidak sah berwakil menjual sesuatu yang belum dimilikinya.
- 3) Pekerjaan itu diketahui secara jelas. Maka tidak sah mewakilkan sesuatu yang masih samar seperti, "*aku jadikan engkau sebagai wakilku untuk mengawini salah satu anakku.*"²³
- 4) Shigat (*ijab* dan *qabul*) hendaknya berupa lafal yang menunjukkan arti "mewakilkan" yang diiringi kerelaan dari *muwakkil* seperti "saya wakilkan atau serahkan pekerjaan ini kepada kamu untuk mengerjakan pekerjaan ini", kemudian diterima oleh wakil. Dalam shigat kabul si wakil tidak disyaratkan artinya seandainya si wakil tidak mengucapkan kabul tetap dianggap sah.²⁴

4. Berakhirnya Akad *Wakalah*

Menurut pendapat Sayyid Sabiq sebagaimana yang dikutip oleh Ahmad Wardi Muslich, terdapat beberapa hal yang menyebabkan berakhirnya akad *wakalah*, antara lain:

- a. Meninggalnya salah seorang dari orang yang melakukan akad atau gila. Hal tersebut dikarenakan diantara syarat- syarat *wakalah* adalah pelaku harus hidup dan berakal.

²³ Abdul Rahman Ghazaly, et.al., *loc.cit.*

²⁴ *Ibid.*, h.189- 190.

- b. Telah selesainya pekerjaan yang dimaksudkan dengan *wakalah*.
- c. Pemecatan oleh *muwakkil* terhadap wakil walaupun ia (wakil) tidak mengetahuinya. Ini menurut Syafi'iyah dan Hanabilah. Menurut Hanafiah, wakil harus mengetahui tentang pemecatan dirinya. Dengan demikian, tasarruf wakil sebelum tahu tentang pemecatan dirinya hukumnya sama dengan tasarrufnya sebelum dipecat, yakni sah.
- d. Wakil mengundurkan diri dari tugas *wakalah*. Dalam hal ini *muwakkil* tidak perlu tahu tentang pengunduran dirinya itu. Akan tetapi, menurut Hanafiah, supaya jangan merugikan, disyaratkan *muwakkil* harus mengetahui pengunduran diri si wakil.
- e. Perkara yang diwakilkan telah keluar dari kepemilikan si *muwakkil*.²⁵

5. *Wakalah* (Perwakilan) dalam Jual Beli

Salah satu pekerjaan atau urusan yang boleh didelegasikan atau diwakilkan oleh satu pihak kepada pihak lain adalah urusan dalam jual beli. Dalil yang menjadi dasar dibolehkannya *wakalah* dalam jual beli, yaitu:

عن عروة : أن النبي صلى الله عليه و سلم أعطاه ديناراً
يشترى له به شاة فاشترى له به شاتين فباع إحداهما بدينار

²⁵ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), Ed. ke- 1, Cet. ke- 1, h. 432.

وجاءه بديناروشاة فدعا له بالبركة في بيعه وكان لو اشترى التراب لربح فيه

Artinya: “Dari ‘Urwah Al-Bariqi, bahwasanya Nabi Shallallahu ‘Alaihi Wasallam memberikan padanya satu dinar buat ia belikan dengannya satu hewan qurban ataupun seekor kambing. Lantas ia beli dengannya dua ekor kambing, dan ia jual salah satunya seharga satu dinar, kemudian ia berikan kepada Nabi seekor kambing dan satu dinar. Kemudian Nabi mendoakan keberkahan dalam jual belinya. Maka, jika ia beli pasir, niscaya ia akan beruntung padanya”. (HR. Bukhari)²⁶

Perwakilan (*wakalah*) dalam jual beli dibedakan menjadi dua, antara lain:

a. Perwakilan tanpa Ikatan (*Wakalah Muthlaqah*)

Wakalah mutlaqah adalah akad *wakalah* dimana wewenang dan tindakan wakil tidak dibatasi dengan syarat atau kaidah tertentu.²⁷ Hendi Suhendi, di dalam bukunya mengutip pendapat Abu Hanifah yang menyatakan bahwa dalam akad *wakalah muthlaqah*, wakil memiliki kewenangan mutlak untuk menjual sesuatu yang didelegasikan kepadanya. Wakil bebas untuk menjual baik secara kontan atau berangsur- angsur, seimbang dengan harga kebiasaan maupun tidak, serta baik kemungkinan adanya kecurangan maupun tidak.²⁸

²⁶ Muhammad bin Ismail Ibn Bukhari, *Shahih Al Bukhari*, (Bairut: Dar Ibn Katsir, t.t) , iuz 3, h.1332.

²⁷ Dimyauddin Djuwaini, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), Cet.ke-2, h. 243.

²⁸ Hendi Suhendi, *op. cit.*, h.236.

Pendapat Abu Hanifah tersebut berbeda dengan pendapat yang diungkapkan oleh Sayyid Sabiq dalam buku *Fiqh Sunnah* mengenai *wakalah* dalam jual beli. Sayyid Sabiq berpendapat bahwa jika seseorang mewakilkan kepada orang lain untuk menjualkan suatu barang tanpa menentukan harga dan sistem pembayaran (tunai atau tempo), maka wakil harus menjualkannya dengan harga yang berlaku dan dilakukan secara tunai. Apabila ia menjual barang tidak dengan harga pasar atau tidak tunai maka ia harus meminta izin terlebih dahulu kepada pemilik barang.

Sayyid Sabiq menambahkan bahwa tidak adanya batasan yang ditetapkan oleh pihak yang mewakilkan dalam perwakilan jual beli bukan berarti pihak wakil boleh melakukan apa saja sesuai kehendaknya, akan tetapi ia harus mengikuti proses jual beli yang berlaku dan yang menguntungkan pihak yang diwakili.²⁹

b. Perwakilan dengan Ikatan (*Wakalah Muqayyadah*)

Wakalah muqayyadah adalah akad *wakalah* dimana wewenang dan tindakan wakil dibatasi dengan syarat-syarat tertentu.³⁰ Jika perwakilan bersifat terikat, maka wakil berkewajiban mengikuti apa saja yang telah ditentukan oleh orang yang mewakilkan. Menurut pandangan Mazhab Syafi'i apabila

²⁹ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, alih bahasa oleh Asep Sobari, *et.al*, (Jakarta: Al I'tishom, 2008), jilid 3, h.402.

³⁰ Dimyauddin Djuwaini, *loc. cit.*

pihak yang mewakili menyalahi aturan- aturan yang telah disepakati di dalam akad dan hal tersebut dapat merugikan pihak yang mewakilkan, maka tindakan tersebut tergolong bathil.

Pendapat lain dikemukakan oleh Mazhab Hanafi yang menyatakan bahwa sah atau bathilnya tindakan pelanggaran yang dilakukan oleh wakil tergantung pada kerelaan pihak yang mewakilkan. Apabila yang mewakilkan rela dan meridhai tindakan tersebut maka menjadi sah dan sebaliknya, jika yang mewakilkan tidak meridhainya maka tindakan tersebut bathil.³¹

5. *Wakalah bil Ujrah*

Pada dasarnya, akad *wakalah* termasuk ke dalam golongan akad *tabarru'*, yaitu akad yang tidak mengandung unsur pertukaran kepemilikan maupun pertukaran benda dengan benda atau uang dengan benda. Akad *tabarru'* merupakan akad yang dilandasi dengan unsur sosial (tolong- menolong) antar sesama. Meskipun tergolong dalam akad *tabarru'*, namun tidak menutup kemungkinan bahwa di dalam akad *wakalah* terdapat unsur *ujrah*. Artinya, pihak yang mewakilkan boleh memberikan *ujrah* (upah) kepada pihak yang mewakili sebagai imbalan atas apa yang telah dikerjakannya. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Ibn Qudamah:

³¹ Hendi Suhendi, *loc. cit.*

“Akad taukil (wakalah) boleh dilakukan, baik dengan imbalan maupun tanpa imbalan. Hal itu karena Nabi shallallahu 'alaihi wa alihi wa sallam pernah mewakilkan kepada Unais untuk melaksanakan hukuman, kepada Urwah untuk membeli kambing, dan kepada Abu Rafi' untuk melakukan qabul nikah, (semuanya) tanpa memberikan imbalan. Nabi pernah juga mengutus para pegawainya untuk memungut sedekah (zakat) dan beliau memberikan imbalan kepada mereka.”³²

Salah satu hadits yang menjadi dasar dibolehkannya pemberian imbalan dalam *wakalah*, yaitu:

عَنْ بُسْرِ بْنِ سَعِيدٍ عَنِ ابْنِ السَّاعِدِيِّ الْمَالِكِيِّ أَنَّهُ قَالَ اسْتَعْمَلَنِي عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - عَلَى الصَّدَقَةِ فَلَمَّا فَرَّغْتُ مِنْهَا وَأَدَّيْتُهَا إِلَيْهِ أَمَرَ لِي بِعُمَالَةٍ فَقُلْتُ إِنَّمَا عَمَلْتُ لِلَّهِ وَأَجْرِي عَلَى اللَّهِ. فَقَالَ خُذْ مَا أُعْطَيْتَ فَإِنِّي عَمَلْتُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - فَعَمَلَنِي فَقُلْتُ مِثْلَ قَوْلِكَ فَقَالَ لِي رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - « إِذَا أُعْطِيتَ شَيْئًا مِنْ غَيْرِ أَنْ تَسْأَلَ فَكُلْ وَتَصَدَّقْ ».

Artinya: “Diriwayatkan dari Busr bin Sa'id bahwa Ibn Sa'diy bahwa Ibn Sa'diy al Maliki berkata: Umar memperkerjakan saya untuk mengambil sedekah (zakat). Setelah selesai dan sesudah saya menyerahkan zakat kepadanya, Umar memerintahkan saya diberi imbalan (fee). Saya berkata: Saya bekerja hanya karena Allah. Umar menjawab: Ambillah apa yang kamu beri, saya pernah bekerja (seperti kamu) pada masa Rasul, lalu beliau memberiku imbalan, saya pun berkata seperti apa yang kamu katakan. Kemudian Rasul bersabda kepada saya: Apabila kamu diberi sesuatu tanpa kamu minta, makanlah (terimalah) dan bersedekahlah.”³³

Hadits di atas menunjukkan bahwa orang yang melakukan sesuatu dengan niat *tabarru'* (semata-mata mencari pahala, dalam hal ini

³² Ibn Qudamah, *al-Mughni*, (Kairo: Dar al-Hadits, 2004), juz 6, h. 468.

³³ Al Syaikani, *Nail al Authar*, (Kairo: Dar al Hadits, 2000), jilid 4, h.527.

menjadi wakil) boleh menerima imbalan. Jika di dalam akad *wakalah* terdapat adanya pemberian imbalan, maka hukumnya sama dengan akad *ijarah*. Dengan demikian, akad ini dikenal dengan istilah akad *wakalah bil ujarah*.

Menurut pendapat Hanafiyah, Malikiyyah, dan Hanabalah yang dikutip oleh Dimyauddin Djuwaini, akad *wakalah bil ujarah* bersifat mengikat. Artinya, apabila akad *wakalah bil ujarah* telah sempurna maka wakil dihukumi layaknya *ajir* (orang yang disewa tenaganya) yang wajib untuk menyelesaikan pekerjaan yang telah didelegasikan oleh *muwakkil*, kecuali ada halangan yang bersifat syar'i.

Jika dalam akad *wakalah* tersebut upah tidak disebutkan secara jelas, maka wakil berhak atas *ujrah al mitsl* (upah sepadan), atau sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku. Jika memang dalam adat tersebut tidak berlaku pemberian upah, maka akad kembali menjadi akad aslinya yang bersifat *tabarru'*. Jika demikian halnya, akad tidak bersifat mengikat, dan wakil memiliki hak untuk membatalkan kapan saja.³⁴

Pendapat lain dikemukakan oleh golongan Syafiiyyah yang menyatakan bahwa walaupun akad *wakalah* dijalankan dengan adanya pemberian upah, akan tetapi akad tersebut tetap bersifat tidak mengikat kedua belah pihak.³⁵ Kedua belah pihak berhak membatalkan ikatan kontrak kapanpun mereka menghendaki. Pemberi kuasa (*muwakkil*) berhak mencabut kuasa dan menghentikan penerima kuasa (wakil) dari

³⁴ Dimyauddin Djuwaini, *op. cit.*, h.240-241.

³⁵ *Ibid.*

pekerjaan yang dikuasakan. Sebaliknya, penerima kuasa (wakil) juga berhak membatalkan dan mengundurkan diri dari kesanggupannya menerima kuasa.

Karena hukum *wakalah bil ujarah* sama dengan *ijarah*, maka mengenai waktu penerimaan upah bagi wakil mengacu pada ketentuan waktu penerimaan upah bagi *ajir* dalam akad *ijarah*, yaitu:

- a. Setelah pekerjaan selesai dilaksanakan berdasarkan hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, bahwa Rasulullah SAW bersabda:

عَلَيْهِ : الْأَجِيرَ يَجْفَ عَرَفُهُ

Artinya: "Dari Ibnu Ummar, ia berkata telah bersabda Rasulullah SAW "berikanlah kepada buruh upahnya sebelum keringatnya kering"³⁶

- b. Apabila upah dibayar di muka, atau terjadi kesepakatan semua pihak yang bertransaksi untuk mempercepat pembayaran upah.³⁷

³⁶ Abi Abdillah Muhammad Ibn Yazid, Sunan Ibn Majjah, (Beirut : Dar Al Fikr, 2000), h.709.

³⁷ Sayyid Sabiq, *op.cit.*, h. 373.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penjualan Konsinyasi dalam Mengembangkan Usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru

IKM Pangan Kota Pekanbaru memiliki karakteristik yang sama sebagaimana IKM pada umumnya, yaitu memiliki modal yang minim dalam mengelola usaha. Hal ini menjadi salah satu alasan bagi sebagian IKM Pangan Kota Pekanbaru, untuk memasarkan produknya melalui penjualan konsinyasi (titip jual). Biaya pemasaran produk melalui penjualan konsinyasi dianggap lebih murah sehingga dapat disesuaikan dengan modal minim yang dimiliki oleh IKM Pangan Kota Pekanbaru.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Kabid Perindustrian Disperindag Kota Pekanbaru, bahwa sebagian besar IKM Kota Pekanbaru khususnya yang bergerak dalam bidang pangan menerapkan penjualan konsinyasi dalam memasarkan produknya. Produk yang dihasilkan oleh IKM Pangan Kota Pekanbaru antara lain terdiri dari berbagai jenis makanan dan minuman olahan seperti kue, keripik, susu kedele, *ice cream*, abon, jamur dan sebagainya.¹ IKM Pangan Kota Pekanbaru biasanya menitipkan produknya ke warung, toko penjualan oleh-oleh, minimarket, serta supermarket yang terdapat di wilayah Kota Pekanbaru dan sekitarnya.

¹ Askardi, Kabid Perindustrian Disperindag Kota Pekanbaru, *Wawancara*, Pekanbaru, 20 Maret 2013.

Keistimewaan sistem penjualan konsinyasi ternyata juga diakui oleh pihak supermarket, minimarket, atau warung- warung yang menerima titipan produk pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru. Bagi mereka, dengan adanya sistem penjualan konsinyasi ini mereka tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar untuk pengadaan persediaan barang dagangan. Mereka hanya perlu menyediakan tempat berupa rak atau meja sebagai tempat pemajangan produk.

Menurut Ibu Helen, pemilik “ Testco Swalayan”, sistem penjualan konsinyasi memberikan kontribusi yang cukup berarti bagi perkembangan swalayannya. Ia tidak perlu mengeluarkan modal yang besar untuk membeli produk yang akan dijual. Hal ini disebabkan karena ia telah bekerja sama dengan beberapa perusahaan besar serta pengusaha- pengusaha kecil yang menitipkan produk mereka di Testco Swalayan. Ia mengakui bahwa sebagian besar produk yang tersedia di Testco Swalayan merupakan produk titipan.²

Selain itu, bagi pihak supermarket, minimarket, atau warung, resiko kerugian dalam pengadaan produk dengan sistem konsinyasi jauh lebih kecil dibandingkan dengan sistem tunai. Hal ini disebabkan karena apabila produk titipan dari pihak perusahaan atau pengusaha tidak terjual habis, maka sisanya tidak menjadi kerugian yang ditanggung oleh pihak supermarket, minimarket, atau warung.

² Helen Wijaya, pemilik “Testco Swalayan”, *Wawancara*, Pekanbaru, 11 Oktober 2013.

Adanya hubungan mutualisme yang terjalin antara pengusaha dan pihak komisioner (supermarket, minimarket, warung, dan sebagainya) dalam sistem penjualan konsinyasi ini, menjadikan sistem ini sebagai salah satu sistem yang unggul dalam kegiatan bisnis. Sehingga, sistem penjualan konsinyasi banyak diterapkan oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru sebagai cara untuk memasarkan produk. Di sisi lain, sistem penjualan konsinyasi ini juga banyak diterapkan oleh berbagai supermarket, minimarket, atau warung- warung yang berada di sekitar wilayah Kota Pekanbaru sebagai salah satu cara untuk memenuhi persediaan produk.

Sebelum hasil penelitian mengenai pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru disampaikan, terlebih dahulu penulis akan menjabarkan mengenai identitas responden. Identitas responden merupakan syarat utama untuk menentukan karakteristik maupun latar belakang responden dalam penelitian ini. Identitas responden dalam penelitian ini diukur berdasarkan jenis kelamin, umur, jumlah modal, jumlah tenaga kerja, serta jenis produk yang diproduksi.

Berikut tabel mengenai identitas responden penelitian berdasarkan jenis kelamin:

Tabel IV.1
Identitas Responden Penelitian Berdasarkan JenisKelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki- laki	20	42 %
Perempuan	28	58 %
Jumlah	48	100%

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden laki- laki adalah 20 orang (42 %) dan jumlah responden perempuan sebanyak 28 orang (58 %). Dengan demikian, jumlah responden perempuan lebih besar daripada jumlah responden laki- laki.

Berikut ini tabel mengenai identitas responden penelitian berdasarkan umur:

Tabel IV.2
Identitas Responden Penelitian Berdasarkan Umur

Kelompok Umur	Frekuensi	Persentase (%)
21-30 tahun	7	15 %
31-40 tahun	17	35 %
41-50 tahun	12	25 %
51-60 tahun	8	17 %
61-70 tahun	4	8 %
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.2 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berumur 21-30 tahun adalah 7 orang (15 %), jumlah responden yang berumur 31-40 tahun adalah 17 orang (35 %), jumlah responden yang berumur 41-50 tahun adalah 12 orang (25 %), jumlah responden yang berumur 51-60 tahun adalah 8 orang (17 %), serta jumlah responden yang berumur 61-70 tahun adalah 4 orang (8 %). Dengan demikian, responden yang berumur 31-40 tahun adalah yang paling besar jumlahnya dari seluruh responden.

Berikut ini tabel mengenai identitas responden penelitian berdasarkan jumlah modal yang dimiliki:

Tabel IV.3

Identitas Responden Penelitian Berdasarkan Jumlah Modal yang Dimiliki

Jumlah Modal	Frekuensi	Persentase (%)
Rp. 5.000.000 – Rp.15.000.000	22	46%
Rp.16.000.000 – Rp.35.000.000	4	8%
Rp.36.000.000 – Rp.45.000.000	1	2%
Rp.46.000.000 – Rp.55.000.000	13	28%
Rp.56.000.000 – Rp.65.000.000	3	6%
Rp.66.000.000 – Rp.75.000.000	-	-
Rp.76.000.000 – Rp.85.000.000	2	4%
Rp.86.000.000 – Rp.95.000.000	3	6%
Jumlah	48	100%

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.3 di atas, diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki modal Rp.5.000.000 – Rp.15.000.000 adalah 22 orang (46%), jumlah responden yang memiliki modal Rp.16.000.000 – Rp.35.000.000 adalah 4 orang (8%), jumlah responden yang memiliki modal Rp.36.000.000 – Rp.45.000.000 adalah 1 orang (2%), jumlah responden yang memiliki modal Rp.46.000.000 – Rp.55.000.000 adalah 13 orang (28%), jumlah responden yang memiliki modal Rp.56.000.000 – Rp.65.000.000 adalah 3 orang (6%), jumlah responden yang memiliki modal Rp.76.000.000 – Rp.85.000.000 adalah 2 orang (4%), jumlah responden yang memiliki modal Rp.86.000.000 – Rp.95.000.000 adalah 3 orang (6%). Dengan demikian, responden yang memiliki modal sebesar Rp.5.000.000 – Rp.15.000.000 adalah yang paling besar jumlahnya dari seluruh responden.

Berikut ini tabel mengenai identitas responden penelitian berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki:

Tabel IV.4

Identitas Responden Penelitian Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja yang Dimiliki

Jumlah Tenaga Kerja	Frekuensi	Persentase (%)
< 5 orang	25	52%
5 sampai 19 orang	22	46%
20 sampai 99 orang	-	-
> 99 orang	1	2%
Jumlah	48	100%

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.4 di atas, diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki tenaga kerja kurang dari 5 orang adalah 25 orang (52%), jumlah responden yang memiliki tenaga kerja 5 sampai 19 orang adalah 22 orang (46%), dan jumlah responden yang memiliki tenaga kerja lebih dari 99 orang adalah 1 orang (2%). Dengan demikian, responden yang memiliki tenaga kerja kurang dari 5 orang adalah yang paling besar jumlahnya dari seluruh responden.

Berikut ini tabel mengenai identitas responden penelitian berdasarkan jenis produk makanan yang diproduksi:

Tabel IV.5

Identitas Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Produk Makanan yang Diproduksi

Jenis Produk	Frekuensi	Persentase (%)
Kue basah	9	19%
Kue kering	9	19%
Kerupuk/keripik	20	42%
Telur asin	3	6%
Dodol	4	8%
Salad buah	1	2%
Abon	2	4%
Jumlah	48	100%

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.5 di atas, diketahui bahwa jumlah responden yang memproduksi kue basah adalah sebanyak 9 orang (19%), yang memproduksi kue kering sebanyak 9 orang (19%), yang memproduksi kerupuk/keripik sebanyak 20 orang (42%), yang memproduksi telur asin sebanyak 3 orang (6%), yang memproduksi dodol sebanyak 4 orang (8%), yang memproduksi salad buah sebanyak 1 orang (2%), dan yang memproduksi abon berjumlah sebanyak 2 orang (4%). Dengan demikian, dapat diketahui bahwa responden yang memproduksi kerupuk/keripik adalah yang paling besar jumlahnya dari seluruh responden.

Berdasarkan data- data yang diperoleh dari angket yang telah diisi oleh responden serta dari hasil wawancara, maka penulis memperoleh gambaran bahwa ada beberapa tahapan dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru. Adapun tahapan- tahapan yang penulis maksud adalah sebagai berikut:

1. Tahap Penawaran Produk

Setiap kegiatan penjualan selalu diawali dengan penawaran produk oleh pihak penjual kepada pembeli. Hal yang sama juga terjadi pada penjualan konsinyasi. Meskipun dalam penjualan konsinyasi tidak terjadi transaksi jual beli antara pengamanat dan komisioner, namun proses penawaran produk tetap dilakukan oleh pengamanat kepada komisioner. Penawaran ini dilakukan dengan tujuan agar komisioner bersedia untuk

menerima titipan pengamanat dan selanjutnya menjual produk tersebut kepada pembeli.

Sebelum menawarkan produk kepada calon komisioner, pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru memilih terlebih dahulu komisioner yang akan bekerja sama dengan mereka. Untuk mengetahui adanya pemilihan komisioner yang dilakukan oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.6

Pemilihan Komisioner oleh Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Iya	48	100 %
Tidak	-	-
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.6 di atas, diketahui bahwa seluruh responden (100%) menjawab iya terkait dengan adanya upaya pemilihan komisioner. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru melakukan pemilihan terhadap komisioner yang akan bekerja sama dengan mereka.

Pemilihan komisioner yang dilakukan oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru ini bertujuan agar pelaksanaan penjualan produk dapat berjalan efektif sesuai dengan yang diharapkan. Berikut ini rincian mengenai komisioner yang menjadi pilihan pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru untuk menitipkan produk:

Tabel IV.7

**Komisioner yang Menjadi Pilihan Pengusaha IKM Pangan Kota
Pekanbaru untuk Menitipkan Produk**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Warung/kios	12	25%
Rumah makan	4	8%
Toko penjualan oleh-oleh	11	23%
Supermarket/minimarket	21	44%
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.7 diatas, diketahui bahwa 12 orang responden menjawab warung/kios (25%), 4 orang responden menjawab rumah makan (8%), 11 orang responden menjawab toko penjualan oleh- oleh (23%), dan 21 orang responden menjawab supermarket/minimarket. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa responden yang menjawab supermarket/minimarket sebagai tempat penitipan produk adalah yang paling besar jumlahnya dari seluruh responden.

Pada penjualan biasa (reguler), penjual biasanya akan memberikan penjelasan secara rinci kepada calon pembeli mengenai produk yang ditawarkan. Untuk mengetahui ada atau tidaknya upaya pemberian penjelasan rinci mengenai produk yang dilakukan oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dalam penjualan konsinyasi, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.8

Pemberian Penjelasan Rinci Mengenai Produk oleh Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru Pada Saat Penawaran Produk

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Iya	33	69 %
Tidak	15	31 %
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.8 di atas, diketahui bahwa sebanyak 33 orang responden menjawab iya (69%) dan sebanyak 15 orang responden menjawab tidak (31%). Dengan demikian, jumlah responden yang menjawab iya lebih besar daripada jumlah responden yang menjawab tidak terkait dengan adanya pemberian penjelasan rinci mengenai produk pada saat penawaran produk. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru memberikan penjelasan secara rinci mengenai produk yang ditawarkan kepada pihak komisioner.

Pemberian *tester*³ merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh pengamanat dalam menawarkan produk makanan atau minuman kepada komisioner. Upaya ini dilakukan oleh pengamanat agar calon komisioner tertarik untuk menerima titipan produk pengamanat. Untuk mengetahui ada atau tidaknya upaya pemberian *tester* yang dilakukan oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dalam menawarkan produk kepada calon komisioner, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

³ *Tester* adalah sampel produk yang diberikan secara gratis kepada orang lain agar tertarik untuk membeli produk tersebut. Biasanya diterapkan dalam penjualan makanan atau minuman.

Tabel IV.9
Pemberian *Tester* Kepada Calon Komisioner Pada Saat Penawaran Produk

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Iya	30	62 %
Tidak	18	38 %
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.9 di atas, diketahui bahwa sebanyak 30 orang responden menjawab iya (62%) dan sebanyak 18 orang responden menjawab tidak (38%). Dengan demikian, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab iya lebih besar daripada jumlah responden yang menjawab tidak terkait dengan adanya pemberian *tester* kepada calon komisioner. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru memberikan *tester* kepada calon komisioner pada saat melakukan penawaran produk.

Upaya pemberian *tester* yang dilakukan oleh sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru ini ternyata tidak sia-sia dan berhasil menarik minat calon komisioner untuk menerima produk yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu responden, yaitu Bapak Syaiful Bahri, pemilik IKM “Bolu Kemojo Pak Unggal”.

Bapak Syaiful menuturkan bahwa ia pernah menawarkan bolu kemojo kepada pemilik sebuah minimarket dan ditolak dengan alasan sudah ada produk yang sama di minimarket tersebut. Namun, karena

Bapak Syaiful meyakinkan bahwa bolu kemojo yang diproduksinya unik dan lebih legit dari bolu kemojo pada umumnya, bahkan memberikan *tester* kepada pemilik minimarket, akhirnya tawaran yang diajukan oleh Bapak Syaiful diterima oleh pemilik minimarket.⁴

2. Tahap Pembuatan Perjanjian

Ketika pihak komisioner menerima tawaran dari pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru, maka tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah membuat perjanjian mengenai penjualan konsinyasi. Dilihat dari segi bentuk, perjanjian antara dua belah pihak terbagi dua, yaitu perjanjian tertulis dan perjanjian lisan. Untuk mengetahui bentuk perjanjian antara pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan pihak komisioner, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.10

Bentuk Perjanjian antara Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan Pihak Komisioner

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Tertulis	48	100%
Lisan	-	-
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.10 di atas, diketahui bahwa sebanyak 48 orang responden menjawab tertulis (100 %) dan tidak ada responden yang menjawab lisan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh

⁴ Syaiful Bahri, pemilik IKM “Bolu Kemojo Pak Unggal”, *Wawancara*, Pekanbaru, 15 Juni 2013.

pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru membuat perjanjian lisan dengan pihak komisioner terkait dengan pelaksanaan penjualan konsinyasi.

Dalam perjanjian yang dibuat oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan pihak komisioner, terdapat beberapa hal yang disepakati terkait dengan pelaksanaan penjualan konsinyasi, antara lain:

a. Harga Jual Produk

Dalam teori penjualan konsinyas, harga jual produk ditentukan oleh pengamanat selaku pemilik produk. Komisioner hanya bertindak sebagai wakil dari pemilik produk yang melakukan penjualan produk dan kemudian menerima komisi atas jasa yang diberikannya. Dengan demikian, pengamanat memegang kontrol dalam menentukan harga jual produknya agar produk dapat dijangkau oleh pelanggan. Untuk mengetahui siapa yang menentukan harga jual produk dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.11
Penentuan Harga Jual Produk

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru	16	33 %
Komisioner	32	67%
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.11 di atas, diketahui bahwa harga jual produk 16 orang pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru ditentukan oleh mereka sendiri selaku pengamanat (33%). Sedangkan, harga jual produk 32 orang pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru lainnya ditentukan oleh komisioner (67%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga jual produk sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dalam penjualan konsinyasi ditentukan oleh komisioner.

b. Biaya Komisi

Biaya komisi merupakan biaya yang harus diberikan oleh pengamanat kepada komisioner atas jasanya dalam menjual produk pengamanat. Untuk mengetahui besar biaya komisi yang disepakati oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan pihak komisioner, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.12

Besar Biaya Komisi yang Disepakati antara Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan Komisioner

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
5 %-10 % dari harga jual produk	3	6 %
11%-15 % dari harga jual produk	12	25%
16%-20 % dari harga jual produk	15	31%
21%-25 % dari harga jual produk	18	38%
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.12 di atas, diketahui bahwa sebanyak 3 orang responden menjawab 5 %-10 % dari harga jual produk, 12

orang responden menjawab 11%-15 % dari harga jual produk, 15 orang responden menjawab 16%-20 % dari harga jual produk, dan 18 orang responden menjawab 21%-25 % dari harga jual produk. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang menjawab besar biaya komisi sebesar 21%-25% dari harga jual produk adalah yang paling besar dari jumlah seluruh responden.

Mekanisme pembayaran biaya komisi yang disepakati oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan komisioner berbeda dengan mekanisme pembayaran biaya komisi penjualan konsinyasi pada umumnya. Pada umumnya biaya komisi diberikan secara langsung oleh pengamanat kepada komisioner setelah produk terjual. Namun, pada penjualan konsinyasi IKM Pangan Kota Pekanbaru, komisi untuk komisioner diambil dari hasil penjualan produk.

Sebagai contoh, seorang pengusaha menitipkan makanan pada sebuah minimarket dengan harga titip Rp. 10.000,-. Kemudian, pengusaha dan pemilik minimarket menyepakati biaya komisi sebesar 25 % dari harga titip , sehingga harga jual produk menjadi Rp. 12.500,-. Ketika produk terjual, maka pemilik minimarket akan menyerahkan uang hasil penjualan produk sebesar Rp.10.000,- kepada pengusaha. Sisanya, yaitu sebesar Rp. 2.500,- diambil oleh pemilik minimarket sebagai komisi (imbalan) atas penjualan produk. Pengambilan komisi ini diketahui dan diizinkan oleh pengusaha karena memang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

c. Biaya- Biaya Lain

Dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi, selain biaya komisi, pengamanat juga berkewajiban untuk menanggung biaya-biaya lain yang dikeluarkan oleh komisioner terkait dengan penjualan produk, seperti biaya pengangkutan, biaya sewa gudang, biaya asuransi, dan sebagainya. Untuk mengetahui apakah pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru juga menanggung biaya lain disamping biaya komisi, maka hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.13

Penanggung Biaya- Biaya Lain oleh Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dalam Penjualan Konsinyasi

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Iya	27	56%
Tidak	21	44%
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.13 di atas, diketahui bahwa sebanyak 27 orang responden menjawab iya (56%) dan sebanyak 21 orang responden menjawab tidak (44%). Dengan demikian, responden yang menjawab iya jumlahnya lebih besar daripada responden yang menjawab tidak tentang adanya biaya lain yang ditanggung selain biaya komisi. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi sebagian besar pengusaha IKM

Pangan Kota Pekanbaru menanggung biaya lain disamping biaya komisi.

Biaya- biaya lain yang ditanggung oleh 27 orang responden (responden yang menjawab iya terkait dengan adanya biaya lain yang ditanggung selain biaya komisi) terdiri dari biaya komisi *barcode* dan biaya sewa rak. Rincian tentang biaya- biaya lain yang ditanggung oleh responden tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.14
Biaya- Biaya Lain yang Ditanggung oleh Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dalam Penjualan Konsinyasi

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Biaya <i>barcode</i>	17	63 %
Biaya sewa rak	6	22%
Biaya <i>barcode</i> dan biaya sewa rak	4	15%
Jumlah	27	100%

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.14 diatas, diketahui bahwa sebanyak 17 orang responden menjawab biaya *barcode* (63%), 6 orang responden menjawab biaya sewa rak (22%), dan 4 orang responden menjawab biaya *barcode* dan biaya sewa rak (15%). Dengan demikian, dapat diketahui bahwa responden yang menjawab biaya *barcode* sebagai biaya lain yang ditanggung dalam penjualan konsinyasi adalah yang paling besar jumlahnya dari seluruh responden.

d. Letak atau Posisi Pemajangan Produk

Komisioner memiliki otoritas untuk menentukan letak atau posisi pemajangan produk . Hal ini disebabkan karena komisioner merupakan pihak yang menyediakan tempat pemajangan produk yang dititipkan oleh pengamanat. Meskipun demikian, namun tidak jarang bahwa komisioner juga memberikan peluang bagi pengamanat untuk menentukan letak atau posisi pemajangan produknya. Untuk mengetahui siapa yang menentukan letak atau posisi pemajangan produk dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.15
Penentuan Letak atau Posisi Pemajangan Produk

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru	11	23%
Komisioner	37	77%
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.15 di atas diketahui bahwa letak atau posisi pemajangan produk 11 orang pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dalam penjualan konsinyasi ditentukan oleh mereka sendiri selaku pengamanat (23%). Sedangkan, letak atau posisi pemajangan produk 37 orang pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru lainnya ditentukan oleh komisioner (77%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa letak atau posisi pemajangan

produk sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru lainnya ditentukan oleh komisioner.

e. Waktu Pembayaran Hasil Penjualan Produk

Waktu pembayaran hasil penjualan produk merupakan salah satu hal penting yang disepakati antara pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan pihak komisioner dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi. Untuk mengetahui waktu pembayaran hasil penjualan produk yang disepakati antara pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan pihak komisioner, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.16

Waktu Pembayaran Hasil Penjualan Produk yang Disepakati antara Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan Komisioner

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Saat retur produk	16	33 %
Beberapa hari setelah retur produk	32	67%
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.16 di atas diketahui bahwa sebanyak 16 orang responden menjawab saat retur produk (33%) dan 32 orang responden menjawab beberapa hari setelah retur produk (67%). Dengan demikian, dapat diketahui bahwa responden yang menjawab beberapa hari setelah retur produk jumlahnya lebih besar daripada responden yang menjawab saat retur produk. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa waktu pembayaran hasil penjualan produk yang

disepakati oleh sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan komisioner adalah pada saat beberapa hari setelah pelaksanaan retur produk.

Pembayaran hasil penjualan produk dalam penjualan konsinyasi yang dilakukan setelah retur produk dikenal dengan istilah inkaso. Inkaso dalam penjualan konsinyasi berbeda dengan inkaso pada umumnya. Jika inkaso pada umumnya melibatkan pihak perbankan dalam penagihan pembayaran, maka inkaso dalam konsinyasi hanya melibatkan dua pihak yang berkepentingan yaitu pengamanat dan komisioner.

Ketika pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru melaksanakan retur produk, maka komisioner akan memberikan selebar nota inkaso yang menjelaskan tentang hutang komisioner kepada pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru yang timbul akibat adanya penjualan produk. Di dalam nota tersebut juga tertera tanggal jatuh tempo penagihan hutang komisioner oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru selaku pengamanat.

Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru hanya dapat menagih hasil penjualan produk kepada komisioner sesuai dengan tanggal yang tertera pada nota inkaso. Pada beberapa komisioner, waktu pelaksanaan transaksi konsinyasi dibatasi dan tidak dilaksanakan setiap hari. Misalnya, salah satu supermarket hanya

melaksanakan transaksi inkaso pada hari Selasa dan Kamis. Artinya, selain dari hari itu, maka pengusaha tidak dapat menagih pembayaran hasil penjualan produknya.

3. Tahap Penyerahan Produk

Ketika pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan pihak komisioner telah menyepakati berbagai hal terkait dengan pelaksanaan penjualan konsinyasi, maka selanjutnya pengusaha menyerahkan produknya kepada pihak komisioner. Untuk mengetahui apakah ada pemberian batasan oleh pihak komisioner terhadap jumlah produk yang diserahkan oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.17

Pemberian Batasan oleh Komisioner terhadap Jumlah Produk yang Diserahkan Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Iya	36	75%
Tidak	12	25%
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.17 di atas, diketahui bahwa sebanyak 36 orang responden menjawab iya (75%) dan 12 orang responden menjawab tidak (25%). Dengan demikian, responden yang menjawab “iya” jumlahnya lebih besar daripada responden yang menjawab “tidak” terkait dengan adanya pemberian batasan oleh pihak komisioner terhadap produk yang diserahkan.

Berdasarkan penjelasan tabel IV.17 di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah produk yang diserahkan sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dalam penjualan konsinyasi dibatasi oleh pihak komisioner. Menurut sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru ini, pemberian batasan tersebut dilakukan oleh pihak komisioner dengan alasan karena terbatasnya kapasitas rak atau meja sebagai tempat pemajangan produk.

4. Tahap Realisasi Penjualan Produk

Realisasi penjualan produk merupakan bagian terpenting dalam penjualan konsinyasi. Jika pada penjualan biasa realisasi penjualan produk dilakukan oleh produsen sebagai pemilik barang, maka berbeda dengan penjualan konsinyasi. Dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, penjualan produk didelegasikan oleh pengusaha kepada pihak komisioner. Dengan demikian, pihak komisioner bertanggung jawab untuk menjual produk kepada pembeli dengan harga jual yang sesuai dengan perjanjian. Untuk mengetahui apakah pihak komisioner telah menjual produk yang dititipkan oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru sesuai dengan harga jual yang telah disepakati, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.18

Penjualan Produk oleh Komisioner Sesuai Harga Jual yang Disepakati

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Setuju	15	31%
Tidak setuju	-	-
Ragu- ragu	33	69%
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.18 di atas diketahui bahwa 15 orang responden menjawab setuju (31%), 33 orang responden menjawab ragu-ragu (69%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa responden yang menjawab ragu-ragu tentang penjualan produk yang telah dilakukan oleh komisioner sesuai dengan harga jual yang disepakati adalah yang paling besar jumlahnya dari seluruh responden.

Berdasarkan penjelasan tentang tabel sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru berada dalam keraguan, apakah produk yang dititipkan oleh mereka dijual oleh komisioner sesuai dengan harga yang disepakati atau tidak. Mereka tidak mengetahui secara pasti apakah pihak komisioner menjual produk mereka dengan harga jual yang sesuai dengan perjanjian atau tidak. Hal ini disebabkan karena kecil kemungkinan bagi sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru ini untuk mengawasi dan mengendalikan proses penjualan produknya di tempat komisioner setiap saat.

Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru lebih memilih untuk memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada komisioner dibandingkan bersikap curiga dan was- was terhadap komisioner. Hal ini disebabkan karena pada dasarnya kerja sama antara pengusaha dan pihak komisioner dibangun atas dasar amanah dan kepercayaan dari masing- masing pihak. Apabila kemudian pihak komisioner melakukan kecurangan dengan menjual produk di luar harga kesepakatan, maka pengusaha menganggap hal ini sebagai salah satu resiko dalam penjualan konsinyasi.

5. Tahap Pelaksanaan Retur Produk

Retur produk merupakan kegiatan penyerahan produk yang dilakukan kembali oleh pihak pengamanat setelah produk titipan yang lama telah terjual atau telah rusak. Waktu pelaksanaan retur produk pada IKM Pangan Kota Pekanbaru dilakukan sesuai dengan masa ketahanan produk dan hal ini sama sekali tidak disepakati oleh pengusaha dan pihak komisioner. Untuk mengetahui waktu pelaksanaan retur produk pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.19

Waktu Pelaksanaan Retur Produk pada IKM Pangan Kota Pekanbaru

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
Satu kali dalam sebulan	2	4 %
Dua kali dalam sebulan	16	33%
Satu kali dalam seminggu	20	42 %
Dua kali dalam seminggu	8	17 %
Tiga kali dalam seminggu	2	4 %
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.19 tentang waktu pelaksanaan retur produk di atas, diketahui bahwa 2 orang responden menjawab satu kali dalam sebulan (4%), 16 orang responden menjawab dua kali dalam sebulan (33%) , 20 orang responden menjawab satu kali dalam seminggu (42%), 8 orang responden menjawab dua kali dalam seminggu (17%), dan 2 orang responden menjawab tiga kali dalam seminggu (4%). Dengan demikian, dapat diketahui bahwa responden yang menjawab satu kali dalam seminggu terkait dengan waktu pelaksanaan retur produk adalah yang paling besar jumlahnya dari seluruh responden.

6. Tahapan Pembayaran Hasil Penjualan Produk

Dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, pembayaran hasil penjualan produk oleh komisioner dilakukan setelah penjualan produk direalisasikan. Untuk mengetahui cara pembayaran hasil penjualan produk yang dilakukan oleh pihak komisioner kepada pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.20

Cara Pembayaran Hasil Penjualan Produk oleh Pihak Komisioner kepada Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Dengan Uang Tunai	27	56%
Dengan bilyet giro (BG)	8	17 %
Melalui transfer	13	27%
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.20 di atas, diketahui bahwa 27 orang responden menjawab dengan uang tunai (56%), 8 orang responden menjawab dengan bilyet giro (17%), dan 13 orang responden menjawab melalui transfer (27%). Dengan demikian, dapat diketahui bahwa responden yang menjawab cara pembayaran hasil penjualan produk oleh komisioner dengan uang tunai adalah yang paling besar jumlahnya dari seluruh responden. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pembayaran hasil penjualan produk sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dilakukan dengan uang tunai.

B. Faktor- Faktor yang Menghambat Penjualan Konsinyasi dalam Mengembangkan Usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru

Perkembangan usaha ke arah yang lebih baik merupakan impian bagi setiap pebisnis atau pengusaha, tidak terkecuali bagi pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru. Bisnis atau usaha yang dijalankan dapat berkembang dengan baik apabila terjadi peningkatan dalam 5 (lima) hal, yaitu peningkatan dalam jumlah produksi, jumlah penjualan, jumlah pelanggan, jumlah pendapatan, dan jumlah laba yang diperoleh.

Untuk dapat mewujudkan hal tersebut maka salah satu cara yang dilakukan oleh sebagian pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru adalah dengan melaksanakan penjualan konsinyasi dalam pemasaran produk. Meskipun telah menerapkan sistem penjualan konsinyasi dalam pemasaran produknya, namun, pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru tetap mengalami kesulitan untuk mengembangkan usahanya secara optimal. Hal ini terjadi

karena terdapat beberapa hal atau faktor dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi yang kemudian menjadi penghambat bagi pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dalam mengembangkan usaha. Adapun faktor- faktor yang dimaksud dalam hal ini, antara lain:

1. Penundaan Pembayaran Hasil Penjualan Produk oleh Komisioner

Dalam perjanjian penjualan konsinyasi, pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan pihak komisioner telah menyepakati waktu pembayaran hasil penjualan produk. Meskipun waktu pembayaran hasil penjualan produk telah disepakati oleh kedua belah pihak, namun komisioner tetap saja melakukan penundaan pembayaran dari waktu yang telah disepakati. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.21

Penundaan Pembayaran Hasil Penjualan Produk oleh Komisioner

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Pernah	34	71%
Tidak pernah	14	29%
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.21 di atas, diketahui bahwa 34 orang responden menjawab pernah (71%) dan 14 orang responden menjawab tidak pernah (29%). Dengan demikian, responden yang menjawab pernah lebih besar jumlahnya daripada responden yang menjawab tidak pernah terkait adanya penundaan pembayaran hasil penjualan produk oleh komisioner. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pembayaran hasil

penjualan produk sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru pernah ditunda oleh pihak komisioner.

Berdasarkan hasil wawancara, pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru menyatakan bahwa penundaan pembayaran hasil penjualan oleh komisioner disebabkan oleh beberapa hal, antara lain, terkainya uang hasil penjualan produk untuk kepentingan komisioner, timbulnya kerugian dalam usaha komisioner, adanya penagihan oleh perusahaan-perusahaan besar yang juga menitipkan produk kepada komisioner, dan sebagainya.

Adanya masalah penundaan pembayaran hasil penjualan produk yang dilakukan oleh pihak komisioner mengganggu kegiatan usaha IKM Pangan Kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil angket, sebanyak 25 orang dari 34 orang responden yang mengalami masalah penundaan pembayaran hasil penjualan produk oleh komisioner mengakui bahwa masalah ini mengganggu kegiatan usaha mereka. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.22

Gangguan Penundaan Pembayaran Hasil Penjualan Hasil Penjualan Produk terhadap Kegiatan Usaha IKM Pangan Kota Pekanbaru

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Iya	25	74%
Tidak	9	26%
Jumlah	34	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.22 di atas diketahui bahwa 25 orang responden menjawab iya (74%) dan 9 orang menjawab tidak (26%). Dengan demikian, dapat diketahui bahwa responden yang menjawab iya lebih besar jumlahnya dari pada responden yang menjawab tidak tentang adanya gangguan penundaan pembayaran hasil produk oleh komisioner terhadap usaha IKM Pangan Kota Pekanbaru.

Menurut salah satu responden, yakni Bapak Fajri, pemilik IKM “Hanafa *Food*”, adanya penundaan pembayaran hasil penjualan produk yang dilakukan oleh pihak komisioner sangat mengganggu kelancaran usahanya, terutama dalam kegiatan produksi kerupuk atomnya. Sebagai contoh, pada suatu hari ia tidak menerima hasil penjualan produk dari sebuah supermarket pada waktu yang ditentukan. Karena hal tersebut, maka ia terpaksa mengurangi jumlah produksinya karena kekurangan modal untuk membeli persediaan bahan baku yang akan digunakan untuk kegiatan produksi.⁵

2. Adanya Persaingan dengan Produk Sejenis

Persaingan merupakan hal yang tidak dapat dihindarkan dalam setiap pelaksanaan kegiatan bisnis. Ketika menjalankan sebuah bisnis, perusahaan dihadapkan dengan pesaing yang menjalankan bisnis yang sama atau memproduksi barang yang sama dengan perusahaan tersebut. Untuk mengetahui apakah terdapat persaingan dalam penjualan

⁵ Doni Fajri, pemilik IKM “Hanfa *Food*”, *Wawancara*, Pekanbaru, 12 Juni 2013.

konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.23
Persaingan dalam Penjualan Konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Ada	27	56%
Tidak ada	21	44%
Jumlah	48	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.23 di atas, diketahui bahwa 27 orang responden menjawab ada (56%) dan 21 orang responden menjawab tidak ada (44%). Dengan demikian, dapat diketahui bahwa responden yang menjawab “ada” lebih besar jumlahnya daripada responden yang menjawab “tidak ada” terkait dengan adanya persaingan dalam penjualan konsinyasi.

Pada satu sisi, kehadiran pesaing dapat menjadi motivasi bagi perusahaan untuk selalu melakukan inovasi serta meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Namun, di sisi lain tidak dapat dipungkiri bahwa persaingan dapat menjadi hambatan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, terutama dalam mencapai tingkat penjualan yang diinginkan. Hal yang sama juga dialami oleh sebagian kecil pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru.

Berdasarkan hasil angket, sebanyak 18 orang dari 27 orang responden yang memiliki pesaing dalam penjualan konsinyasi mengakui

bahwa kehadiran pesaing berdampak buruk terhadap penjualan produk mereka. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.24

Tanggapan Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru tentang Dampak Buruk Kehadiran Pesaing terhadap Penjualan Produk

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Iya	18	67%
Tidak	9	33%
Jumlah	27	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.24 di atas, diketahui bahwa 18 orang responden menjawab iya (67%) dan 9 orang responden menjawab tidak (33%). Dengan demikian, dapat diketahui bahwa responden yang menjawab “iya” lebih besar jumlahnya daripada responden yang menjawab “tidak” terkait dengan adanya dampak buruk kehadiran pesaing terhadap penjualan produk.

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian kecil pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru menuturkan bahwa adanya produk sejenis yang dititipkan oleh pesaing menyebabkan terjadinya penurunan dalam penjualan produk. Dampak buruk persaingan ini akan semakin terasa apabila harga jual produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing lebih rendah dibandingkan dengan harga jual produk yang ditawarkan oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru.

3. Letak atau Posisi Pemajangan Produk yang Tidak Strategis

Letak atau posisi pemajangan (*display*) produk sangat berpengaruh pada tingkat penjualan produk, sebagaimana yang dinyatakan oleh Bapak Syaiful, pemilik IKM “Bolu Kemojo Pak Unggal”, yaitu:

*“Semakin strategis display produk kita maka akan semakin mudah terlihat dan dijangkau oleh pelanggan. Selanjutnya, akan semakin besar peluang terjualnya produk makanan kita. Begitu pula sebaliknya, jika produk dipajang di tempat yang tidak terlihat dan sulit dijangkau oleh pelanggan, maka akan semakin kecil peluang terjualnya produk kita”*⁶

Dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, letak atau posisi pemajangan produk sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru (37 orang/77%) ditentukan oleh komisioner (lihat tabel IV.9). Menurut sebagian kecil dari pengusaha ini, letak atau posisi pemajangan produk yang ditentukan oleh komisioner cenderung tidak strategis. Hal ini dapat dilihat pada tabel tentang tanggapan pengusaha terkait dengan letak atau posisi pemajangan produk yang ditentukan oleh komisioner berikut:

Tabel IV.25
Tanggapan Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru tentang Letak atau Posisi Pemajangan Produk yang Ditentukan oleh Komisioner

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Strategis	23	62%
Tidak strategis	14	38%
Jumlah	37	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

⁶ Syaiful Bahri, pemilik IKM “Bolu Kemojo Pak Unggal”, *Wawancara*, Pekanbaru, 15 Juni 2013.

Berdasarkan tabel IV.25 di atas, diketahui bahwa 23 orang responden menjawab strategis (62%) dan 14 orang responden menjawab tidak strategis (38%). Dengan demikian, dapat diketahui bahwa responden yang menjawab strategis lebih besar jumlahnya daripada responden yang menjawab tidak strategis terkait dengan letak atau posisi pemajangan produk yang ditentukan oleh komisioner.

Letak atau posisi pemajangan produk yang tidak strategis yang dialami oleh sebagian kecil pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru ini, menimbulkan dampak yang buruk dalam penjualan produk. Akibat letak atau posisi pemajangan produk yang tidak strategis ini, penjualan produk pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru mengalami penurunan.

Salah satu responden yang pernah mengalami masalah terkait dengan letak atau posisi pemajangan produk yang tidak strategis ini adalah Bapak Syaiful, pemilik IKM “Bolu Kemojo Pak Unggal”. Bapak Syaiful mengungkapkan bahwa suatu ketika terjadi penurunan dalam penjualan produk bolu kemojanya di sebuah supermarket. Pada saat melakukan pengecekan rutin terhadap persediaan produk bolunya di supermarket tersebut beliau tidak menemukan produknya pada rak yang biasa ditempati produknya. Ternyata pihak supermarket telah memindahkan posisi produknya pada tempat yang tidak terlihat oleh

pembeli. Padahal, beliau telah membayar sewa rak kepada pemilik supermarket tersebut.⁷

Hal yang sama juga pernah dirasakan oleh Ibu Syarida, pemilik IKM “Queen Balqis”, yang mengaku bahwa produk yang dititipkannya pada sebuah warung kecil mengalami penurunan dalam penjualannya. Ketika beliau mengunjungi warung tersebut ternyata produk kerupuknya tidak terlihat. Setelah beliau bertanya pada pemilik warung tentang produknya, ternyata masih ada dan tidak dipajang pada tempat yang layak oleh pemilik warung.⁸

4. Adanya Dominasi Komisioner dalam Penentuan Harga Jual Produk

Dalam teori penjualan konsinyasi, harga jual produk ditentukan oleh pengamanat selaku pemilik produk. Komisioner hanya bertindak sebagai wakil dari pemilik produk yang melakukan penjualan produk dan kemudian menerima komisi atas jasa yang diberikannya. Dengan demikian, pengamanat memegang kontrol dalam menentukan harga jual produknya agar produk dapat dijangkau oleh pelanggan.

Hal yang berbeda terjadi dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru. Dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, harga jual produk sebagian besar pengusaha (32 orang/67%) ditentukan oleh

⁷Syaiful Bahri, pemilik IKM “Bolu Kemojo Pak Unggal”, *Wawancara*, Pekanbaru, 15 Juni 2013.

⁸Syarida Wati, pemilik IKM “Queen Balqis”, *Wawancara*, Pekanbaru, 12 Juni 2013.

komisioner (lihat tabel IV.11). Harga jual produk yang ditentukan oleh pihak komisioner tidak jarang melebihi dari harga jual yang diharapkan oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.26

Tanggapan Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru tentang Harga Jual Produk yang Ditentukan oleh Komisioner

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sesuai dengan harga yang diharapkan	19	59%
Lebih tinggi dari harga yang diharapkan	13	41%
Lebih rendah dari harga yang diharapkan	-	-
Jumlah	32	100 %

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan tabel IV.26 di atas, diketahui bahwa sebanyak 13 orang responden (41%) menjawab harga jual produk yang ditentukan oleh komisioner lebih tinggi dari harga yang diharapkan. Karena sistem penjualan konsinyasi ini sangat mendukung pemasaran produk, maka dengan terpaksa pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru menyepakati harga jual produk tersebut meskipun tinggi.

Bagi sebagian kecil pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru, adanya kekhawatiran tidak terjualnya produk disebabkan harga jual yang tinggi mendorong mereka untuk mengorbankan keuntungan yang diperoleh dengan mengurangi harga titip (dasar) produk. Salah satunya adalah Ibu Elza Armi, pemilik IKM “Telur Asin Asap Fataya” Menurut penuturannya, ia pernah menawarkan produk telur asin asap pada sebuah

supermarket yang cukup dikenal di Pekanbaru. Tujuannya adalah agar penjualan produknya mengalami peningkatan karena dititipkan pada supermarket yang tidak pernah sepi oleh pengunjung. Namun, penetapan biaya komisi dari supermarket tersebut terlalu besar sehingga menyebabkan harga jual produknya menjadi tinggi.

Disebabkan adanya kekhawatiran tidak terjangkaunya harga produk telur asin asap tersebut oleh pembeli, maka Ibu Elza memilih untuk mengurangi harga dasar (titip) produk pada supermarket tersebut. Artinya, ia memilih untuk mengalah dengan mengurangi margin keuntungan atas penjualan produk. Dengan demikian, harga jual produknya setara dengan harga pasaran, namun keuntungan yang diperoleh Ibu Elza menjadi berkurang.⁹

Pilihan untuk mengurangi keuntungan demi mengantisipasi tingginya harga jual produk ternyata memberikan dampak negatif bagi IKM Pangan Kota Pekanbaru. Dengan minimnya keuntungan yang diperoleh maka pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru mengalami kesulitan dalam mengembangkan modal. Hal ini menyebabkan pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru kesulitan untuk memperluas usaha atau meningkatkan kapasitas produksi.

⁹ Elza Armi, pemilik IKM “Telur Asin Asap Fataya”, *Wawancara*, Pekanbaru, 13 Juni 2013.

C. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Pelaksanaan Penjualan Konsinyasi dalam Mengembangkan Usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan Kota Pekanbaru

Ekonomi Islam memiliki sifat dasar sebagai ekonomi *rabbani* dan *insani*. Disebut ekonomi *rabbani* karena sarat dengan arahan dan nilai- nilai *Ilahiah*. Lalu ekonomi Islam dikatakan memiliki dasar sebagai ekonomi *insani* karena sistem ekonomi ini dilaksanakan dan ditujukan untuk kemakmuran manusia.¹⁰ Dengan demikian, maka setiap manusia diberikan kebebasan untuk melaksanakan setiap kegiatan ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran dalam kehidupannya. Meskipun diberikan kebebasan untuk melakukan berbagai kegiatan ekonomi, namun tentu saja kegiatan yang dilakukan harus sesuai dengan syariat Islam.

Salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia saat ini adalah kegiatan pemasaran. Pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu- individu dan kelompok- kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk- produk atau *value* dengan pihak lainnya. Dalam konteks ekonomi Islam, pemasaran merupakan salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan oleh syariat Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal- hal yang terlarang oleh ketentuan syariat Islam.

Penjualan konsinyasi merupakan salah satu bentuk kegiatan pemasaran. Dalam khazanah ekonomi Islam, penjualan konsinyasi merupakan

¹⁰ Mustafa Edwin Nasution, *et.al, Pengantar Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), Cet. ke- 2, h.12.

transaksi yang terbilang baru dan tidak ditemukan secara khusus mengenai pembahasannya baik dalam berbagai literatur ekonomi Islam maupun literatur fiqh muamalah. Kajian mengenai konsep penjualan konsinyasi masih menjadi sebuah perdebatan, apakah ia termasuk jenis *ba'i*, *wakalah*, atau bahkan *ijarah*. Hal ini terjadi karena penjualan konsinyasi mempunyai karakteristik yang unik, dimana ia merupakan sebuah bentuk jual beli namun memakai jasa wakil dengan adanya unsur pemberian imbalan.

Berdasarkan hasil analisa mengenai pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, maka dapat disimpulkan bahwa transaksi penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru merupakan salah satu bentuk implementasi dari akad *wakalah*. Hal ini disebabkan karena dalam penjualan konsinyasi ini terdapat adanya unsur penyerahan wewenang oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru kepada pihak komisioner. Wewenang yang dimaksud adalah wewenang untuk menjual produk kepada pembeli. Artinya, dalam hal ini komisioner bertindak sebagai wakil dari pengusaha dalam menjual produknya.

Meskipun mekanisme pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru memiliki persamaan dalam beberapa hal dengan akad *ba'i* dan akad *ijarah*. Namun, penjualan konsinyasi ini tidak dapat digolongkan ke dalam akad *ba'i* maupun akad *ijarah*. Hal ini disebabkan karena terdapat perbedaan yang mendasar antara penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru dengan akad *ba'i* dan akad *ijarah*. Perbedaan yang dimaksud dalam hal ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam akad *ba'i*, apabila telah terjadi serah terima barang antara penjual dan pembeli, maka secara otomatis hak kepemilikan barang berpindah dari penjual kepada pembeli. Dalam penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, meskipun terjadi serah terima produk antara pengusaha dan pihak komisioner, namun, hak kepemilikan produk tetap berada pada pengusaha. Komisioner hanya menerima titipan produk secara fisik untuk kemudian dijual kepada pembeli. Dengan demikian, penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru tidak tergolong ke dalam akad *ba'i*.
2. Dalam akad *ijarah*, pekerjaan atau urusan yang dilaksanakan oleh *ajir* (orang yang disewa tenaganya) merupakan pekerjaan atau urusan yang sepenuhnya berada di bawah kekuasaan atau wewenangnya. Artinya, *ajir* tidak perlu mendapatkan kekuasaan atau wewenang terlebih dahulu dari pihak lain, terutama *mu'ajir* untuk dapat melaksanakan pekerjaan atau urusan yang mendatangkan manfaat bagi *mu'ajir*. Hal ini disebabkan karena *ajir* memiliki kekuasaan atau wewenang penuh dalam melaksanakan pekerjaan atau urusan tersebut.

Penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru tidak termasuk ke dalam akad *ijarah*, meskipun di dalamnya terdapat adanya unsur *ujrah* (upah/imbalan). Hal ini disebabkan karena pekerjaan atau urusan penjualan produk yang dilaksanakan oleh komisioner sebagai pihak yang menerima imbalan, bukan merupakan pekerjaan atau urusan yang berada di bawah kekuasaan atau wewenangnya. Artinya, pihak komisioner dapat

melakukan penjualan produk setelah mendapatkan wewenang dari pengusaha sebagai pemilik produk terlebih dahulu.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa akad yang diterapkan dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru adalah akad *wakalah*. Akad *wakalah* (perwakilan) merupakan salah satu akad yang diperbolehkan oleh syariat Islam. Hal ini disebabkan karena tidak semua orang mampu untuk melaksanakan urusannya sendiri, sehingga ia membutuhkan orang lain yang bisa mewakilinya dalam menangani urusan tersebut. Begitu pula dengan IKM Pangan Kota Pekanbaru, kelemahan dalam aspek modal menyebabkan IKM Pangan Kota Pekanbaru sulit untuk memasarkan produknya dalam ruang lingkup yang luas. Oleh karena itu, kehadiran komisioner menjadi hal yang sangat dibutuhkan dalam memasarkan produknya.

Pada dasarnya, akad *wakalah* termasuk ke dalam golongan akad *tabarru'*, yaitu akad yang tidak mengandung unsur pertukaran kepemilikan maupun pertukaran benda dengan benda atau uang dengan benda. Akad *tabarru'* merupakan akad yang dilandasi dengan unsur sosial (tolong-menolong) antar sesama, sehingga pada umumnya seseorang tidak boleh mengambil keuntungan (imbalan) dari transaksi yang menggunakan akad ini.

Adanya komisi (imbalan) yang diterima oleh komisioner atas jasanya dalam mewakili pengusaha dalam penjualan produk dinilai tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam. Hal ini disebabkan karena meskipun akad *wakalah* tergolong ke dalam akad *tabarru'*, namun dalam

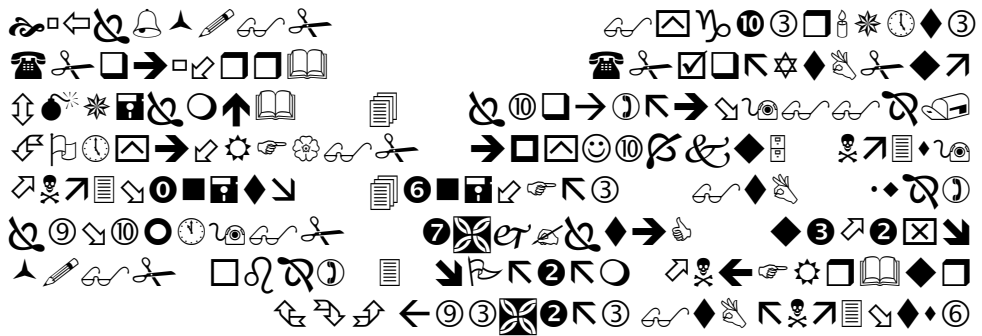
pelaksanaannya boleh disertai dengan unsur imbalan. Artinya seorang *muwakkil* boleh memberikan imbalan kepada wakil atas jasanya dalam mewakili urusan *muwakkil*. Akad *wakalah* yang disertai dengan adanya unsur pemberian *ujrah* (imbalan) di dalamnya, dikenal dengan istilah akad *wakalah bil ujrah*. Akad *wakalah bil ujrah* boleh diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam kegiatan muamalah, karena hal ini pernah dilakukan oleh Rasulullah SAW, sebagaimana yang diriwayatkan dalam sebuah hadits, yaitu:

عَنْ بُسْرِ بْنِ سَعِيدٍ عَنِ ابْنِ السَّاعِدِيِّ الْمَالِكِيِّ أَنَّهُ قَالَ اسْتَعْمَلَنِي عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - عَلَى الصَّدَقَةِ فَلَمَّا فَرَّغْتُ مِنْهَا وَأَدَّيْتُهَا إِلَيْهِ أَمَرَ لِي فَقُلْتُ إِنَّمَا عَمَلْتُ لِلَّهِ وَأَجْرِي عَلَى اللَّهِ. فَقَالَ خُذْ مَا أُعْطِيتَ بِعُمَالَةٍ فَإِنِّي عَمَلْتُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - فَعَمَلَنِي فَقُلْتُ مِثْلَ قَوْلِكَ فَقَالَ لِي رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - « إِذَا أُعْطِيتَ شَيْئًا مِنْ غَيْرِ أَنْ تَسْأَلَ فَكُلْ وَتَصَدَّقْ »

Artinya: “Diriwayatkan dari Busr bin Sa’id bahwa Ibn Sa’diy bahwa Ibn Sa’diy al Maliki berkata: Umar memperkerjakan saya untuk mengambil sedekah (zakat). Setelah selesai dan sesudah saya menyerahkan zakat kepadanya, Umar memerintahkan saya diberi imbalan (fee). Saya berkata: Saya bekerja hanya karena Allah. Umar menjawab: Ambillah apa yang kamu beri, saya pernah bekerja (seperti kamu) pada masa Rasul, lalu beliau memberiku imbalan, saya pun berkata seperti apa yang kamu katakan. Kemudian Rasul bersabda kepada saya: Apabila kamu diberi sesuatu tanpa kamu minta, makanlah (terimalah) dan bersedekahlah.”

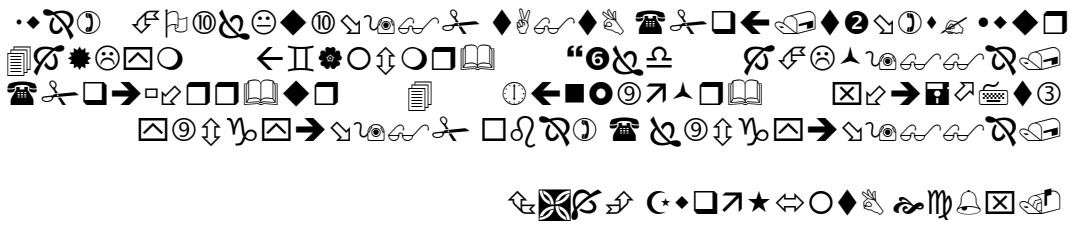
Salah satu ajaran Islam yang paling penting dalam masalah akad atau perjanjian adalah kewajiban menghormati akad atau perjanjian dengan cara memenuhi semua butir kesepakatan yang tertuang dalam akad atau perjanjian

tersebut. Penghormatan terhadap akad atau perjanjian hukumnya adalah wajib, melihat pengaruhnya yang positif dan perannya yang besar dalam mengatasi kemusykilan, menyelesaikan perselisihan, dan menciptakan kerukunan. Allah SWT menegaskan perintah pemenuhan janji, baik itu terhadap Allah ataupun sesama manusia, dalam surat Al Maidah ayat 1:



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”. (Al Maidah ayat 1)

Allah SWT juga mengingatkan bahwa setiap orang akan dimintai pertanggung jawabannya dalam hal yang berkaitan dengan ikatan janji dan kontrak yang dilakukannya sebagaimana terdapat dalam Surah Al Isra’ ayat 34. Hal ini merupakan bukti nyata bahwa Allah SWT menginginkan adanya penegakan keadilan dalam pelaksanaan perjanjian yang telah disetujui.



Artinya: *“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungjawabnya”*. (Al Isra’ ayat 34)

Dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi, pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan pihak komisioner membuat suatu akad atau perjanjian. Dalam akad atau perjanjian tersebut, kedua belah pihak telah menyepakati beberapa hal penting terkait dengan pelaksanaan penjualan konsinyasi. Hal-hal yang disepakati antara kedua pihak ini antara lain meliputi harga jual produk, biaya komisi, penempatan (*display*) produk, waktu pembayaran produk, dan sebagainya.

Pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru telah melaksanakan dengan sempurna kewajibannya sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat dengan pihak komisioner. Kewajiban pengusaha yang tertuang dalam perjanjian tersebut adalah memberikan komisi atau imbalan kepada komisioner atas jasanya dalam menjual produk. Dari hasil penelusuran di lapangan, penulis menemukan bahwa pengusaha tidak pernah melakukan kelalaian dalam memberikan komisi atau imbalan kepada komisioner. Hal tersebut terjadi karena komisi (imbalan) dipotong secara langsung oleh komisioner dari hasil penjualan produk. Sehingga, ketika produk terjual maka secara otomatis komisioner langsung memperoleh komisi (imbalan) atas penjualan produk tersebut.

Sistem pembayaran komisi atau imbalan ini memberikan dampak yang positif dalam pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota

Pekanbaru. Dengan adanya sistem ini, maka secara otomatis akan mencegah munculnya kelalaian pengusaha dalam memberikan komisi kepada komisioner. Dengan demikian, pengusaha dapat melaksanakan kewajibannya kepada komisioner sesuai dengan perintah Islam mengenai pembayaran upah. Sebagaimana yang tertuang dalam hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, bahwa Rasulullah SAW bersabda:

عَلَيْهِ : الْأَجِيرَ يَ عَرَفَهُ

Artinya: "Dari Ibnu Ummar, ia berkata telah bersabda Rasulullah SAW "berikanlah kepada buruh upahnya sebelum keringatnya kering"¹¹

Komisioner yang bertindak sebagai wakil dari pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru, juga memiliki kewajiban yang harus dilaksanakan sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat. Kewajiban komisioner dalam penjualan konsinyasi adalah menjual produk yang telah dititipkan dan menyerahkan uang hasil penjualan produk kepada pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru selaku pemilik produk pada waktu yang diperjanjikan.

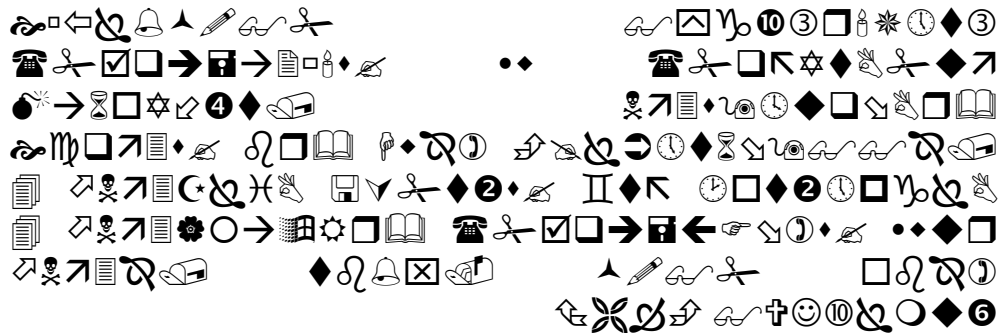
Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru menuturkan bahwa selama ini beberapa komisioner pernah menunda pembayaran hasil penjualan produk dari waktu yang telah diperjanjikan. Penundaan pembayaran hasil penjualan produk oleh pihak komisioner disebabkan oleh beberapa hal, antara lain, terpakainya uang hasil penjualan produk untuk kepentingan komisioner, timbulnya kerugian dalam usaha komisioner, dan sebagainya.

¹¹ Abi Abdillah Muhammad Ibn Yazid, *Sunan Ibn Majjah*, (Beirut : Dar Al Fikr, 2000), h.709

Penundaan pembayaran hasil penjualan produk yang dilakukan oleh komisioner merupakan perbuatan yang tidak dapat dibenarkan dalam Islam. Hal ini disebabkan karena perbuatan tersebut merupakan bentuk pelanggaran terhadap perjanjian. Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa di dalam surat Al Maidah ayat 1, Allah SWT telah memerintahkan agar manusia memenuhi setiap perjanjian yang telah ia buat.

Tindakan penundaan pembayaran hasil penjualan produk oleh komisioner semakin tidak dapat dibenarkan dalam Islam apabila penundaan tersebut disebabkan karena hasil penjualan produk digunakan oleh komisioner untuk kepentingan pribadi. Hasil penjualan produk merupakan hak pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru sebagai pemilik produk, sehingga harus diserahkan oleh komisioner sesuai dengan perjanjian. Komisioner tidak berhak untuk menggunakan hasil penjualan produk tersebut apalagi untuk kepentingan pribadi.

Pada dasarnya, amanah yang diberikan oleh pengusaha kepada komisioner hanya sebatas pada penjualan produk dan tidak berlanjut pada penggunaan hasil penjualannya. Penggunaan hasil penjualan produk oleh komisioner tanpa sepengetahuan pengusaha dapat dipersamakan dengan perbuatan memakan harta sesama dengan jalan yang batil. Perbuatan ini secara tegas telah dilarang oleh Allah SWT, sebagaimana yang terdapat dalam Al Qur'an surat An Nisa ayat 29:



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (An Nisa ayat 29)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa jika ditinjau dari mekanisme pelaksanaannya maka terlihat bahwa akad yang diterapkan dalam kegiatan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru adalah akad *wakalah bil ujah*. Akad *wakalah bil ujah* merupakan salah satu akad yang boleh diterapkan dalam berbagai kegiatan muamalah, termasuk dalam kegiatan penjualan. Sehingga, tindakan penyerahan wewenang atas penjualan produk yang dilakukan oleh pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru kepada pihak komisioner dinilai tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Meskipun akad yang diterapkan telah sesuai dengan syariat Islam, namun, pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru belum sepenuhnya sesuai dengan syariat Islam. Hal ini disebabkan karena dalam pelaksanaan akad atau perjanjian tersebut pihak komisioner telah melakukan tindakan wan prestasi, yaitu berupa tindakan penundaan pembayaran hasil penjualan produk dari waktu yang diperjanjikan. Tindakan

tersebut menimbulkan kerugian bagi pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru selaku pemilik produk.

Penulis berpendapat bahwa salah satu penyebab munculnya tindakan wan prestasi yang dilakukan oleh pihak komisioner adalah karena perjanjian penjualan konsinyasi antara pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan pihak komisioner hanya dilakukan secara lisan. Hal ini menyebabkan kurangnya rasa tanggung jawab dari pihak komisioner untuk memenuhi perjanjian yang telah disepakati. Oleh karena itu, menurut penulis seharusnya perjanjian penjualan konsinyasi antara pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan pihak komisioner dibuat secara tertulis. Dengan demikian, diharapkan kedua belah pihak, baik pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru maupun pihak komisioner dapat lebih menghargai dan menghormati perjanjian yang telah disepakati. Sehingga, masing-masing pihak memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi untuk memenuhi setiap butir kesepakatan yang terkandung di dalam perjanjian penjualan konsinyasi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab- bab sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru terdiri dari beberapa tahapan, yaitu diawali dengan tahap penawaran produk, kemudian dilanjutkan dengan tahap pembuatan perjanjian. Setelah perjanjian dibuat maka dilanjutkan dengan tahap penyerahan produk oleh pengusaha. Kemudian dilanjutkan dengan tahap realisasi penjualan produk oleh komisioner. Selanjutnya, apabila produk telah terjual atau telah rusak maka pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru melakukan penyerahan produk yang baru dalam tahap pelaksanaan retur produk. Terakhir, pihak komisioner akan melakukan pembayaran hasil penjualan produk.
2. Ada beberapa faktor yang menghambat penjualan konsinyasi dalam mengembangkan usaha pada IKM Pangan Kota Pekanbaru, antara lain:
 - a. Penundaan pembayaran hasil penjualan produk oleh komisioner.
 - b. Adanya persaingan dengan produk sejenis.
 - c. Letak atau posisi pemajangan produk yang tidak strategis.
 - d. Adanya dominasi komisioner dalam penentuan harga jual produk

3. Apabila ditinjau menurut ekonomi Islam, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru merupakan bentuk penerapan dari akad *wakalah bil ujah*, yakni salah satu akad yang diperbolehkan oleh syariat Islam. Meskipun akad yang diterapkan telah sesuai dengan syariat Islam, namun, pelaksanaan penjualan konsinyasi pada IKM Pangan Kota Pekanbaru belum sepenuhnya sempurna sesuai dengan syariat Islam. Hal ini disebabkan karena dalam pelaksanaan akad atau perjanjian tersebut pihak komisioner telah melakukan tindakan wan prestasi (pelanggaran perjanjian) yang menyebabkan kerugian bagi pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru. Tindakan tersebut adalah berupa tindakan penundaan pembayaran hasil penjualan produk dari waktu yang telah diperjanjikan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memiliki beberapa saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru agar bersikap lebih selektif dalam memilih calon komisioner untuk mencegah munculnya resiko kerugian akibat tindakan wan prestasi yang dilakukan oleh pihak komisioner. Selain itu, terkait dengan masalah persaingan dalam penjualan konsinyasi, maka penulis menyarankan agar pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru berusaha untuk selalu menghasilkan produk dengan kualitas yang prima. Dengan demikian, diharapkan pengusaha

IKM Pangan Kota Pekanbaru mampu untuk memenangkan persaingan dalam penjualan konsinyasi.

2. Bagi pihak komisioner agar menjalankan amanah yang telah diberikan oleh pengamanat dengan baik serta memenuhi dengan sempurna perjanjian yang telah disepakati dalam perjanjian konsinyasi. Selain itu, terkait dengan masalah adanya dominasi komisioner dalam penentuan kebijakan pelaksanaan penjualan konsinyasi, khususnya dalam penentuan harga jual produk, maka penulis menyarankan agar komisioner bersikap lebih terbuka untuk mempertimbangkan pendapat serta keinginan dari pengusaha selaku pengamanat. Dengan demikian, diharapkan penjualan konsinyasi ini tidak hanya menguntungkan salah satu pihak saja, namun dapat menguntungkan kedua belah pihak yang melaksanakannya.
3. Bagi kedua belah pihak, yakni pengusaha IKM Pangan Kota Pekanbaru dan pihak komisioner agar membuat perjanjian secara tertulis mengenai pelaksanaan penjualan konsinyasi yang menyebutkan prestasi masing-masing secara jelas sehingga meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab untuk memenuhi perjanjian dengan sempurna.
4. Bagi Disperindag Kota Pekanbaru selaku pihak yang memiliki wewenang dan tanggung jawab dalam membina IKM Pangan Kota Pekanbaru, termasuk IKM Pangan, agar dapat memberikan pelatihan dan pembinaan secara intensif kepada IKM sebagai suplemen bagi IKM untuk meningkatkan kualitas produk sehingga dapat menjalin kerja sama

konsinyasi dengan berbagai pihak, termasuk komisioner yang *perfectionist* dalam menetapkan standar penjualan konsinyasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Abdillah Muhammad Ibn Yazid, *Sunan Ibn Majjah*, Beirut : Dar Al Fikr, 2000.
- Adi, M. Kwartono, *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*, Ed. ke- 1, Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Al Bukhari, Muhammad Ibn Ismail, *Shahih Bukhari*, jilid 1, Beirut: Darul Fikr, 1995.
- Al Syaukani, *Nail al Authar*, jilid 4, Kairo: Dar al Hadits, 2000.
- Arifin, *Pokok- Pokok Akuntansi Lanjutan*, Ed. ke- 3, Cet. ke-1, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1999.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Ed. ke-1, Cet. ke-5, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996.
- _____, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, Ed. ke-1, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Badan Pusat Statistik (BPS), *Statistik Indonesia 2012 (Statistical Yearbook of Indonesia 2012)*, Jakarta: Badan Pusat Statistik (BPS), 2012.
- Djuwaini, Dimyauddin, *Fiqh Muamalah*, Cet. Ke-2, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Drebbin, Allan R., *Advanced Accounting: Akuntansi Keuangan Lanjutan*, alih bahasa oleh Freddy Saragih *et.al.*, Ed. Revisi, Cet. ke-1, Jakarta: Erlangga, 1991.
- Ghazaly, Abdul Rahman, *et.al.*, *Fiqh Muamalat*, Ed. ke-1, Cet. ke-1, Jakarta: Kencana, 2010.
- Karim, Helmi, *Fiqh Muamalah*, Ed. ke-1, Cet. ke-1, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Cet. ke-4, Bandung: Mizan Pustaka, 2008.
- Muslich, Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalat*, Ed. ke-1, Cet. ke-1, Jakarta: Amzah, 2010.

Nasution, Mustafa Edwin, *et.al*, ***Pengantar Eksklusif Ekonomi Islam***, Cet. ke- 2, Jakarta: Kencana, 2007.

Royan, Frans M., ***Creating Effective Sales Force***, Ed. ke- 2, Jakarta: CV. Andi Offset, 2004.

Sabiq, Sayyid, ***Fiqh Sunnah***, alih bahasa oleh Agus Sobari, *et.al*, jilid 3, Jakarta: Al I'tishom, 2008.

Suhendi, Hendi, ***Fiqh Muamalah***, Ed. ke-1, Cet. ke-7, Jakarta: Kencana, 2011.

Widayat, Utoyo, ***Akuntansi Keuangan Lanjutan: Ikhtisar Teori dan Soal***, Ed. Revisi, Jakarta: LPFE UI, 1991.