

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut **Kotler (2011:16)** pemasaran adalah proses sosial dan manjerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

*American Marketing Assosiation (1960)* **Assauri (2009:3)** pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen. **Kismono (2011:313)** pemasaran adalah sekelompok aktivitas yang berkaitan yang dirancang untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan mengembangkan distribusi, promosi, dan penetapan harga serta pelayanan untuk memuaskan kebutuhan konsumen pada tingkat keuntungan tertentu. **Sule dan Saefullah (2010:14)** Manajemen Pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan.

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah perusahaan tersebut harus efektif dibandingkan dengan pesaing

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam menciptakan dan mengkombinasikan nilai pelanggan pada pasar sasaran yang terpilih.

Dari beberapa definisi para ahli tentang pemasaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pemasaran adalah rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan perpindahan produk baik berupa barang dan jasa yang dapat memuaskan konsumen.

## 2.2 Pengertian Tenaga Penjual (*Salesmanship*)

Secara Umum definisi *Salesmanship* adalah kemampuan menyajikan seni menanam benih di hati pembeli, yang membuahkan beraneka ragam motivasi, serta tindakan yang diberikan oleh pembeli, yang sesuai dengan keinginan penjual (**Jean Beltrand (2006)**).

*Salesmanship* merupakan suatu kemampuan yang sekaligus menunjukkan loyalitas penjual, kualitas produk yang dijual, atau peranan penjual dalam pendekatan kepada seseorang atau orang lain, sehingga dapat membentuk suatu titik keputusan untuk menetapkan hak utama sebagai individu, dalam penetapan kesempatan milik atau minat **Baduara dan Sirait (2006 : 13)**.

*Salesmanship* atau ilmu menjual, merupakan ilmu yang sudah tua umurnya, bersamaan dengan dimulainya sejarah asal mula manusia. Namun dalam perkembangannya, ilmu ini baru mendapat perhatian yang sungguh-sungguh pada pertengahan abad ke-19.

Orang pertama yang merintis *salesmanship* adalah John Wanamaker (1865), di Amerika Serikat. Ia terkenal dengan “service principle”, yang menganut paham: “Berikanlah service (pelayanan) yang terbaik, serta kualitas (mutu) yang terbaik, maka akhirnya pasar akan tumbuh di depan rumah Anda.

Dalam hubungan ruang lingkup *Salesmanship* sebagaimana diterangkan pada bab sebelumnya, maka Jean Beltrand mencoba menampilkan lima definisi *Salesmanship* sebagai berikut:

- 1). *Salesmanship* adalah suatu kemampuan yang sekaligus menunjukkan loyalitas penjual, kualitas produk yang dijual, atau peranan penjual dalam pendekatan kepada seseorang atau orang lain, sehingga dapat membentuk suatu titik keputusan untuk menetapkan hak utama sebagai individu, dalam penetapan kesempatan milik atau minat.
- 2). *Salesmanship* adalah suatu kemampuan professional yang bersifat umum di dalam tugas-tugas memberikan pelayanan, pertolongan, atau bantuan kerja sama untuk membentuk suatu keputusan yang nyata, sekaligus membawa manfaat bagi masyarakat.
- 3). *Salesmanship* adalah suatu kemampuan yang mempunyai segi penampilan kejujuran, keramahan dan kesesuaian, serta pertimbangan mencapai suatu titik keputusan terhadap hal-hal yang berharga bagi seseorang atau menyenangkan bagi seseorang.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



4). *Salesmanship* adalah suatu kemampuan dalam segi menulis, mendesain, menemukan, mencipta serta seni membentuk suatu keinginan atau hasrat dari orang lain untuk menuntut hak miliknya berupa kepahlawanan, kemasyhuran, atau kehormatan.

5). *Salesmanship* adalah suatu dalam melaksanakan suatu kerja, tugas-tugas atau kewajiban yang dapat memberikan suatu keuntungan bagi pihak lain, yang sekaligus menjadi alat pengambilan keputusan baginya untuk memberikan imbalan jasa kepada penjual.

Menjual selalu diartikan bahwa harus ada transaksi yang melibatkan “uang” sebagai alat pembayaran. Tetapi sebenarnya pengertian penjualan lebih jauh dari pada itu. Penjualan pada harikatnya merupakan kegiatan memberikan sesuatu kepada orang lain dengan harapan tertentu.

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa ada 2 garis besar pendapat yang berbeda tentang istilah menjual. Ada yang menilai bahwa menjual itu sebagai ilmu, sementara yang lainnya menganggap menjual sebagai seni. Seni adalah implementasi atau penerapan ilmu pengetahuan dalam praktik nyata. Seni melekat pada setiap individu atau bersifat personal. Seni sangat bergantung pada kreativitas individu. Sebaliknya, menjual sebagai ilmu, mempelajari tentang bagaimana menciptakan suatu kebutuhan dan keinginan sehingga terjadi transaksi, dan pada akhirnya membuat kebutuhan / keinginan kedua belah pihak terpenuhi.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 2.3 Keahlian Dasar *Salesmanship*

Ada beberapa keahlian dasar yang harus dikuasai seorang salesman yaitu (**Johny Rusly**)

#### 1. Komunikasi

*Salesmanship* adalah **komunikasi**. Kita membutuhkan **komunikasi**, baik dalam hal menyampaikan keunggulan produk kita maupun dalam mencari solusi bagi pelanggan.

Komunikasi hanya dapat dicapai dengan 2 cara:

- a. Berbicara.
- b. Menulis.

Namun inti dari segala **komunikasi** sebenarnya adalah **mengerti** apa yang diinginkan pelanggan.

Komunikasi adalah berusaha berbagi informasi, ide atau sikap. Misalnya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memiliki pengertian (pemahaman) yang sama terhadap pesan tertentu (**Supranto, 2006**).



Dalam memahami komunikasi, maka kita harus mengetahui apa saja indikator dalam mencapai komunikasi yang efektif. Indikator komunikasi agar efektif ada 4 diantaranya:

- a. Pemahaman, merupakan suatu kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana yang disampaikan oleh komunikator. Dalam hal ini di komunikasikan dikatakan efektif apabila mampu memahami secara tepat. Sedangkan komunikator dikatakan efektif apabila berhasilkan pesan secara cermat.
- b. Kesenangan, apabila proses komunikasi itu selain berhasil menyampaikan informasi, juga dapat berlangsung dalam suasana yang menyenangkan ke dua belah pihak. Sebenarnya tujuan berkomunikasi tidaklah sekedar transaksi pesan, akan tetapi dimaksudkan pula untuk memupuk hubungan insani.
- c. Pengaruh pada sikap, apabila seorang komunikasikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah sesuai dengan makna pesan itu. Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari di perkantoran. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.
- d. Hubungan yang makin baik, bahwa dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal. Di perkantoran, seringkali terjadi komunikasi dilakukan bukan untuk menyampaikan informasi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



atau mempengaruhi sikap semata, tetapi kadang-kadang terdapat maksud implisit di sebaliknya, yakni untuk membina hubungan baik.

## 2. Negosiasi

Banyak penjualan antar bisnis memerlukan keahlian negosiasi. Kedua pihak perlu mencapai kesepakatan mengenai harga dan syarat penjualan lainnya. Wiraniaga harus mendapatkan pesanan tersebut tanpa pemotongan harga yang akan merugikan probabilitas. Pemasar yang berada dalam situasi tawar-menawar perlu memiliki kualitas dan keahlian tertentu agar dapat efektif. Kualitas yang paling penting adalah keahlian dalam mempersiapkan dan merencanakan, pengetahuan mengenai masalah yang dinegosiasikan, kemampuan untuk berfikir dengan jelas dan cepat dalam situasi dibawah tekanan dan ketidakpastian, kemampuan untuk menyatakan pemikiran secara verbal, keahlian untuk mendengarkan, penilaian dan kecerdasan umum, integritas, kemampuan untuk membujuk, serta kesabaran **Kotler (2002:728)**.

Negosiasi adalah suatu proses atau metode antara dua orang atau dua kubu untuk mencapai perjanjian yang dapat memenuhi kepuasan semua pihak yang berkepentingan dengan elemen-elemen kerjasama dan kompetisi **Witzany (2007:156)**.

Menurut **Lee dan Dobler (Kotler,2002:728)** bernegosiasi dapat dilakukan ketika:

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Ketika banyak faktor yang berperan, bukan hanya harga, tetapi juga mutu dan pelayanan.
2. Ketika resiko bisnis tidak dapat ditentukan sebelumnya dengan tepat.
3. Ketika dibutuhkan jangka waktu yang lama untuk memproduksi barang yang dibutuhkan.
4. Ketika produksi sering terganggu karena banyaknya perubahan pesanan.

Negosiasi tepat untuk dilakukan jika ada zona kesepakatan. Zona kesepakatan ada jika terdapat hasil-hasil yang secara simultan dapat diterima oleh pihak-pihak tersebut.

### 3. *Product Knowledge*

*Product Knowledge* yang mendalam, memberikan rasa percaya diri kepada salesman untuk berhadapan langsung dengan pelanggan.

Salesman yang tidak menguasai produk, termasuk salesman senior, cenderung tidak menawarkan produk yang tidak dikuasainya. Kekhawatiran tidak bisa menjawab pertanyaan pelanggan membuat mereka menunda atau asal sekedar menawarkan produk tersebut.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



*Product Knowledge* tidak sekedar mencakup pemahaman keunggulan dari sisi kita. Salesman yang baik harus bisa menguasai seluk beluk produk kompetitor, agar dapat menangani keberatan pelanggan yang baik.

*Product Knowledge* adalah pemahaman tentang barang atau layanan/jasa yang mungkin mencakup setelah diperoleh informasi tentang perusahaan aplikasi, fungsi, fitur, penggunaan dan dukungan persyaratan. Sebuah bisnis perwakilan penjualan adalah contoh dari suatu individu yang biasanya diharapkan memperoleh pengetahuan produk yang cukup tentang barang dan jasa yang mereka bertanggung jawab untuk menjual ke konsumen **(Kolysnikova:2010)**.

#### 4. Motivasi

Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan, keinginan, dorongan atau impuls. Motivasi seseorang tergantung kepada kekuatan motifnya. Motif dengan kekuatan yang sangat besarlah yang akan menentukan perilaku seseorang. Motif yang kuat ini seringkali berkurang apabila telah mencapai kepuasan ataupun karena menemui kegagalan **(Prof.Dr.Buchari Alma:2012)**.

Motivasi berasal dari kata *motivation* yang berarti “menggerakkan”. Motivasi merupakan hasil sejumlah proses yang bersifat internal atau eksternal bago seorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap entusiasme dan persistensi dalam hal melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu **(Winardi, 2007)**.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Motivasi adalah suatu proses yang mendorong, mengarahkan dan memelihara perilaku manusia ke arah pencapaian tujuan (**Greenberg dan Baron (Djarmiko, 2008:67)**).

Tujuan Pemberian Motivasi: Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan motivasi adalah untuk seseorang agar timbul keinginan dan kemauannya untuk melakukan sesuatu sehingga dapat memperoleh hasil atau mencapai tujuan tertentu.

Makin jelas tujuan yang diharapkan atau yang akan dicapai, makin jelas pula bagaimana tindakan motivasi itu dilakukan. Setiap orang yang akan memberikan motivasi harus mengenal dan memahami benar-benar latar belakang kehidupan, kebutuhan dan kepribadian orang yang akan dimotivasi.

## 5. Penampilan

Penampilan adalah hal yang paling penting, berbagai cara dilakukan demi menciptakan penampilan yang menarik. Bagian tubuh yang sering menjadi perhatian dalam setiap perubahan penampilan untuk menjadi lebih baik (**Budiman, 2008**).

Penampilan adalah pembentukan diri seseorang untuk menjadi lebih menarik terutama dari segi fisik dan juga pembentukan kepribadian yang mempesonakan terutama bagi kaum wanita.

Penampilan adalah cara seseorang merubah dirinya menjadi lebih baik dalam berpenampilan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi penampilan diri yang prima terus terjaga adalah sebagai berikut:

#### 1. Pembawaan Lahir

Keadaan diri sendiri yang merupakan adalah bentuk wajah, keadaan postur tubuh dan warna kulit. Untuk memperbaiki penampilan diri sebaiknya harus menerima keadaan diri sendiri sebagaimana adanya dan mencintai diri sendiri.

#### 2. Kesehatan Fisik dan Mental

Agar memperoleh kesehatan fisik dan mental maka cukup gizi dan membiasakan berolahraga secara teratur.

#### 3. Kebersihan Pribadi

Kebersihan pribadi merupakan faktor penunjang untuk mempertahankan kesehatan sekaligus penampilan diri.

#### 4. Latar Belakang, Sosial Ekonomi dan Kebudayaan

Faktor tersebut mempengaruhi penampilan terutama dalam hal selera.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.4 Tenaga Penjual (*Salesmanship*)

Tenaga penjualan berfungsi sebagai orang yang menjadi penghubung antara perusahaan dengan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus berfikir secara mendalam tentang masalah perancangan tenaga penjualan, yaitu pengembangan tentang tujuan dan strategi penjualan. Perusahaan harus mempersiapkan tenaga penjual secara strategik dan efektif sehingga mereka mampu menarik pelanggan yang tepat pada saat yang tepat dan dalam cara yang tepat.

Salah satu fungsi tenaga penjual adalah melakukan penjualan dengan bertemu muka (*face to face selling*), dimana seorang penjual dari sebuah perusahaan langsung menemui konsumen untuk menawarkan produknya. Penjualan dengan bertemu muka ini hanya merupakan satu dari beberapa fungsi penting lainnya seperti: mengadakan analisa pasar, tenaga penjualan yang baik harus memahami dan menyadari tentang apa yang terjadi di beberapa daerah selain disekitar pelayanan, memajukan pelanggan, mempertahankan langganan, mendefinisikan masalah, mengatasi masalah, mengatur waktu, mengalokasikan sumber-sumber, dan meningkatkan kemampuan diri **Swastha dan Irawan, (2008:408)**.

Penjualan pribadi juga merupakan alat yang paling efektif pada berbagai tahapan tertentu dari proses pembelian, seperti tahap edukasi, pembelian, negosiasi, dan penutupan penjualan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.5 Penjualan Kredit

Penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan bilamana pembayarannya baru diterima beberapa waktu kemudian. **Haryono (2003:327).**

Penjualan kredit adalah transaksi antara perusahaan dengan pembeli untuk menyerahkan barang atau jasa yang berakibat timbulnya piutang, kas aktiva **Soemarso (2009: 160).**

Jadi, dapat disimpulkan dari definisi diatas bahwa penjualan kredit adalah suatu transaksi antara perusahaan dengan nasabah, dalam penggunaan suatu uang atau barang kepada nasabah diwaktu tertentu dengan jaminan atau tanpa jaminan, dengan pemberian jasa atau bunga atau tanpa bunga. Metode penjualan yang diterapkan secara non-tunai melalui cicilan atau angsuran dengan berbagai perhitungan.

### 2.5.1 Faktor – faktor Penjualan Kredit

#### 1. Persyaratan dan standar kredit

Setiap aktivitas penjualan kredit pasti memiliki aturan dan syarat tertentu yang diberikan oleh pihak penjual kepada pihak penerima manfaat kredit. Syarat tersebut bisa berupa syarat dokumen administrasi, penghasilan dan lain-lain. Standar kredit juga menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan karena dapat



mempengaruhi dan menstimulasi permintaan kredit. Biasanya penjualan kredit dilakukan untuk mendapat laba yang tinggi dari harga asli akan dihadapi oleh pihak penerima manfaat kredit.

## 2. Sistem Pembayaran

Terdapat 2 jenis sistem atau syarat pembayaran yang dapat dilakukan melalui aktivitas penjualan kredit, ada yang bersifat ketat dan ada pula yang bersifat lunak. Perusahaan yang menerapkan pembayaran kredit ketat biasanya mengutamakan keamanan kredit dengan memberikan batas waktu pembayaran yang singkat dengan pemberian denda bunga jika pembayarannya terlambat. Sementara itu, pembayaran kredit lunak memberikan kelonggaran sehingga investasi perusahaan dalam hutang piutang yang diterapkan lebih besar dibandingkan pembayaran yang bersifat ketat bila pembayarannya terlambat.

## 3. Plafon Kredit

Ketika memberikan fasilitas kredit pada pelanggan, setiap perusahaan memberikan plafon atau batasan kredit yang berbeda-beda, hal ini ditentukan dan diperhitungkan sesuai tingkat kemampuan yang berbeda dan dapat mempengaruhi alur atau berlangsungnya proses kredit yang berjalan. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, pengertian penjualan kredit adalah metode penjualan yang penuh perhitungan sehingga pelaksanaan kebijakan kredit perlu dilakukan dengan memperhitungkan kemampuan masing-masing pelanggan sehingga pembayaran kredit akan terkontrol dengan maksimal.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Volume atau batas maksimal kredit

Setiap perusahaan memberikan batasan dan volume limit kredit yang bervariasi. Hal ini nantinya dapat menentukan dan mempengaruhi jumlah investasi piutang yang dimiliki. Semakin banyak atau tinggi batas kredit yang ditetapkan untuk setiap pelanggan, maka semakin besar dana investasi piutang yang dikembangkan. Namun jika volume atau batas maksimal kredit dibatasi dengan nominal yang minim dan penyelesaian pelanggan kredit dilakukan secara selektif, maka jumlah investasi piutang akan semakin kecil.

#### 5. Kebijakan Pengumpulan Piutang

Ada 2 cara yang bisa diterapkan oleh perusahaan dalam melakukan pengumpulan piutang, yaitu ada yang aktif dan ada pula yang pasif. Pelaksanaan kebijaksanaan pengumpulan piutang secara aktif membutuhkan dana yang lebih besar untuk membiayai setiap aktivitas pengumpulan yang diterapkan. Lain halnya dengan pengumpulan piutang pasif yang mengeluarkan uang lebih sedikit untuk membiayai aktivitas pengumpulan piutang yang dilaksanakan.

Pada dasarnya, setiap faktor kredit ditentukan dan dilaksanakan oleh kebijakan pihak perusahaan yang menyediakan manfaat kredit bagi pelanggan. Namun faktor tersebut juga selalu diperhitungkan dan disesuaikan dengan kemampuan dari masing-masing pelanggan sehingga penjualan kredit berjalan lancar dan menguntungkan.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.6 Kredit

Dalam arti kredit atau pinjaman diartikan sebagai kepercayaan. Begitu pula dalam bahasa latin kredit “*Credere*” yang artinya percaya. Maksud dari percaya dari si pemberi kredit (*kreditor*) adalah ia percaya kepada si penerima kredit (*debitur*) bahwa kredit yang disalurkan pasti akan merupakan penerima kepercayaan sehingga mempunyai kewajiban untuk membayar sesuai dengan perjanjian, sedangkan bagi si penerima kredit merupakan penerima kepercayaan sehingga mempunyai kewajiban untuk membayar sesuai jangka waktu.

Pengertian tentang kredit dilakukan oleh pemerintah dengan dikeluarkan Undang-undang No.17 tahun 1992 tentang Perbankan Bab I pasal ayat 12, memberikan defenisi: “kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan kesepakatan atau persetujuan pinjam meminjam antara bank dengan jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan, atau pembagian hasil keuntungan” **Hasibuan (2001:87)**.

Kredit merupakan suatu perkataan yang diambil dari bahasa latin “*Credo*” berarti saya percaya, dengan kata lain, kepercayaan pada kemampuan seseorang untuk membayar. Kepercayaan ini didasarkan atas sebuah perjanjian. Jadi, adakalanya kredit dinyatakan hanya sebagai “janji untuk membayar hutang” atau sebagai izin untuk menggunakan barang dagangan seseorang dengan janji akan

membayarnya kembali setelah barang dagangan itu laku (**Muslehuddin 2004:32-34**).

Menurut **Raymond P Kent** dalam buku karangannya *money and banking* menyatakan bahwa “kredit adalah hak untuk menerima pembayaran atau kewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu yang diminta, atau pada waktu yang akan datang karena penyerahan barang barang sekarang”.

Dari gambaran singkat diatas, dapat dilihat bahwa terdapat dua pihak yang terlibat dalam kegiatan pengkreditan yakni kreditur atau pihak yang tersedia dan mempunyai kelebihan uang/dana/barang/jasa serta menawarkan kelebihan uang/ dan barang/jasa tersebut dengan syarat yang ditentukan. Pihak penerima kredit atau debitur yang memperoleh uang/dana/barang/jasa dengan syarat yang ditentukan.

Kredit juga merupakan lalu lintas pembayaran penularan barang dan jasa dimana pihak ke satu memberikan prestasi baik berupa uang, barang,jasa ataupun prestasi lainnya. Sedangkan imbalan prestasinya akan diterima kemudian/belakangan (**Rahmat 2002:2**).

## 2.6.1 Fungsi dan Tujuan Kredit

### 1. Fungsi Kredit

Ada beberapa fungsi kredit yaitu diantaranya sebagai berikut:

- a. Kredit dapat meningkatkan daya guna/*utility* uang.
- b. Kredit dapat meningkatkan daya guna/*utility* barang.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Kredit dapat meningkatkan peredaran lalu lintas uang.
- d. Kredit adalah salah satu alat stabilitas ekonomi.

#### 2. Tujuan Pemberian Kredit

- a. Untuk meningkatkan produktivitas.
- b. Untuk memperluas kesempatan kerja.
- c. Dapat meningkatkan kemahiran atau kematangan.
- d. Untuk dapat memperluas pasar.
- e. Meningkatkan daya beli.

#### 2.6.2. Jenis – jenis Kredit

Secara umum jenis-jenis kredit dapat dilihat dari berbagai segi antara lain sebagai berikut: **(Kasmir, 2011:103)**

1. Dilihat dari segi kegunaan
  - a. Kredit investasi

Biasanya digunakan untuk perluasan usaha atau untuk membangun proyek/pribadi baru atau keperluan rehabilitas. Contoh kredit investasi misalnya untuk membangun pabrik atau membeli mesin-mesin. Dimana masa pemakaiannya hanya untuk satu periode yang relative lebih lama.

- b. Kredit modal kerja

Digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya. Sebagai contoh kredit modal kerja diberikan untuk membeli bahan baku,



membayar gaji pegawai atau biaya-biaya lainnya yang berkaitan dengan proses produksi perusahaan.

2. Dilihat dari segi tujuan kredit

a. Kredit produktif

Kredit yang digunakan untuk peningkatan usaha atau produksi atau investasi. Kredit ini diberikan untuk menghasilkan barang atau jasa. Sebagai contoh kredit untuk membangun pabrik yang nantinya akan menghasilkan barang. Kredit pertanian atau kredit pertambangan akan menghasilkan barang tambang atau kredit industri lainnya.

b. Kredit konsumtif.

Kredit yang digunakan untuk dikonsumsi secara pribadi, dalam kredit ini tidak ada penambahan barang dan jasa yang dihasilkan, karena memang untuk digunakan atau dipakai seseorang atau badan usaha. Sebagai contoh untuk kredit perumahan, kredit mobil pribadi, kredit perabotan rumah tangga dan kredit konsumtif lainnya

c. Kredit perdagangan

Kredit yang digunakan untuk perdagangan, biasanya untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan barang dagangan tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Dilihat dari segi jangka waktu

#### a. Kredit jangka pendek

Merupakan kredit yang memiliki jangka waktu kurang dari 1 tahun atau paling lama dan biasanya digunakan untuk modal kerja.

#### b. Kredit jangka menengah

Jangka waktu kreditnya berkisar antara 1 tahun sampai dengan 3 tahun biasanya untuk investasi.

#### c. Kredit jangka panjang

Merupakan kredit yang mana pengembaliannya paling panjang. Kredit jangka panjang waktu pengembaliannya diatas 3 tahun atau 5 tahun. Biasanya kredit ini untuk investasi jangka panjang contohnya perkebunan karet (pertanian).

### 4. Dilihat dari segi jaminan

#### a. Kredit dengan jaminan

Kredit yang diberikan dengan suatu jaminan, jaminan terdekat tersebut dapat berbentuk barang atau tidak berwujud atau jaminan orang.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### b. Kredit tanpa jaminan

Merupakan kredit yang diberikan tanpa jaminan barang atau orang tertentu. Kredit jenis ini diberikan dengan melihat prospek usaha dan karakter serta loyalitas atau nama baik si calon debitur selama ini.

#### 5. Dilihat dari segi sektor usaha

##### a. Kredit pertanian

Merupakan kredit yang dibiayai untuk sector perkebunan atau pertanian rakyat.

##### b. Kredit peternakan

Dalam hal ini untuk jangka pendek seperti ayam, dan jangka panjang seperti kambing.

##### c. Kredit industri

Kredit untuk membiayai industry kecil, menengah dan besar.

##### d. Kredit pertambangan

Jenis usaha tambang yang dibiayainya untuk keperluan sarana dan prasarana pendidikan.

##### e. Kredit pendidikan

Merupakan kredit yang diberikan untuk keperluan sarana dan prasarana pendidikan.

##### f. Kredit profesi

Diberikan kepada professional seperti dosen, dokter atau pengacara.

##### g. Kredit perumahan

Kredit untuk membiayai pembangunan atau pembelian perumahan.

##### h. Dan kredit sektor-sektor lainnya.

### 2.6.3 Jaminan Kredit

Kredit tanpa jaminan sangat membahayakan posisi bank, mengingat jika nasabah mengalami suatu kemacetan, maka akan sulit untuk menutupi keinginan terhadap kredit yang disalurkan.

Adapun jaminan yang dapat dijadikan jaminan kredit oleh calon debitur adalah sebagai berikut:

1. Dengan jaminan
  - a. Jaminan beda berwujud

Yaitu barang-barang yang dapat dijadikan seperti : tanah, bangunan, kendaraan bermotor, mesin-mesin/ peralatan, barang dagangan, tanaman/kebun/sawah dan lainnya.

- b. Jaminan benda tidak berwujud

Yaitu benda-benda yang merupakan surat-surat yang dijadikan jaminan seperti: sertifikat saham, sertifikat obligasi, sertifikat tanah, obligasi, rekening tabungan, wesel, promes, dan surat tagihan lainnya.

c. Jaminan orang

Yaitu jaminan yang diberikan oleh seseorang dan apabila kredit tersebut macet, maka orang yang akan memberikan jaminan itulah yang akan menanggung risikonya.

2. Tanpa jaminan

Kredit tanpa jaminan maksudnya adalah bahwa kredit yang diberikan bukan dengan jaminan barang tertentu. Biasanya diberikan untuk perusahaan yang benar-benar bonafit dan professional sehingga kemungkinan kredit tersebut macet sangat kecil.

### 2.7 Pengaruh *Salesmanship* terhadap Penjualan Kredit

*Salesmanship* adalah suatu kemampuan yang sekaligus menunjukkan loyalitas penjual, kualitas produk yang dijual, atau peranan penjual dalam pendekatan kepada seseorang atau orang lain, sehingga dapat membentuk suatu titik keputusan untuk menetapkan hak utama sebagai individu, dalam penetapan kesempatan milik atau minat **Baduara dan Sirait (2006 : 13)**. Faktor yang paling penting adalah kinerja tenaga penjual yang mampu menangani kebutuhan para nasabah.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa *Salesmanship* dan Penjualan Kredit memiliki hubungan yang sangat erat karena penilaian dari penjualan kredit

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



tergantung pada pelayanan tenaga kerja yang diberikan oleh Perusahaan yang pada dasarnya mencakup harapan dan hasil yang dirasakan.

## 2.8 Pandangan Islam dalam Kredit

*Al-qard* secara bahasa (etimologi) berarti potongan ( — ) yaitu istilah yang diberikan untuk sesuatu yang diberikan sebagai modal usaha. Sesuatu itu disebut *qard* sebab ketika seseorang memberikannya sebagai modal usaha, maka sesuatu itu terputus atau terpotong. Sehubungan dengan itu, aktivitas pencarian modal diistilahkan dengan (الإسـتـقـراض). (

Adapun *Al-qard* secara istilah (terminologis) para ulama berbeda pendapat sesuai dengan mazhabnya masing-masing.

### 1. Mazhab Hanafi

Meraka berpendapat bahwa *qard* adalah sesuatu yang diberikan sebagai modal untuk dijalankan dengan syarat bahwa harta itu ketika dikembalikan kepada pemiliknya harus semisal. Batasan semisal adalah asal jenisnya tidak jauh berbeda. Kategori ini meliputi kesamaan ditakar, ditimbang, dan dihitung jumlahnya.

### 2. Mazhab Maliki

Mereka berpendapat bahwa *qard* adalah penyerahan dari seseorang kepada pihak lain berupa sesuatu yang bernilai kebendaan. Pemberian modal bagi

pemberinya berhak mengambil barang tersebut dari orang yang mendapatkan modal.

Pengertian tersebut dapat dijelaskan lebih rinci sebagai berikut:

- a. Sesuatu itu bernilai kebendaan dan bukan merupakan hal yang remeh.
- b. Pemberian bersifat murni, maksudnya seluruh keuntungan atau manfaat dari modal itu kembali atau menjadi milik pihak yang menjalankan usaha.
- c. Tidak mengizinkan transaksi peminjaman yakni penerima modal tersebut tidak mempunyai kebebasan dalam memanfaatkan modal tersebut sebagaimana seorang peminjam.
- d. Mengambil barang pengganti. Hal ini sebagai pembeda dengan hibah yakni suatu pemberian yang tidak mengharapka adanya pengganti.
- e. Barang pengganti tidak berbeda jenis dengan modal. Hal ini dimaksudkan sebagai pembeda dari transaksi *salam*.

### 3. Mazhab Syafi'i

Mereka berpendapat bahwa *qard* adalah sesuatu yang diberikan sebagai pinjaman modal. *Qard* merupakan pemberian pinjaman yang bersifat menjalankan kebaikan sosial. *Qard* bisa dipersamakan dengan transaksi *salaf* yaitu pemilikan sesuatu untuk diberikan kembali dengan sesuatu yang serupa menurut kebiasaan berlaku.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Mazhab Hambali

Mereka berpendapat bahwa *qard* adalah menyerahkan modal pinjaman kepada orang yang menggunakannya dan modal itu akan dikembalikan berupa barang penggantinya. *Qard* bagi mereka merupakan jenis transaksi *salaf*. Sebab penerimaan modal pinjaman mengambil manfaat dari modal tersebut. Hal ini merupakan transaksi yang lazim terjadi. Jika modal telah diserahkan maka pemberi modal tidak boleh mengambil manfaat dari modal tersebut, sebab modal itu tidak lagi menjadi miliknya, namun ia berhak mendapat gantinya.

#### 5. Abu Sura'I Abd Al-hadi

Menurutnya *Qard* atau pinjaman adalah suatu transaksi yang menyempurnakan jalan pemilikan harta kepada pihak lain secara sukarela untuk dikembalikan lagi kepadanya dengan hal yang serupa atau seseorang menyerahkan harta kepada pihak lain untuk dimanfaatkan dan kemudian orang tersebut mengembalikan penggantinya.

#### 6. Sayyid Sabiq

Menurut beliau *Qard* adalah harta yang diberikan seorang pemberi pinjaman kepada orang yang meminjam untuk kemudian dikembalikan setelah mampu.

Dari beberapa pendapat tentang defenisi *Qard* diatas, dapat di ambil kesimpulan bahwa kredit atau *qard* adalah suatu transaksi atau perikatan antara

pihak kreditur (pemberi pinjaman) dengan debitur (penerima pinjaman) berupa uang atau barang yang merupakan suatu jenis pinjaman pendahuluan untuk kepentingan peminjam dengan maksud akan mengembalikan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati, misalnya satu minggu, satu bulan, enam bulan atau satu tahun.

Sedangkan Dasar Hukum terdapat pada ayat Al-qur'an. Ayat-ayat Aqur'an yang mendasari kredit (*qard*) diantaranya:

#### 1. Al-Baqarah (2) : 245

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً ۗ وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

Artinya: “Maka Allah swt akan memperlipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepda-Nya-lah kamu dikembalikan”.

#### 2. Al-Muzzammil (73) : 20

إِنَّ رَبَّكَ يَعْلَمُ أَنَّكَ تَقُومُ أَدْنَىٰ مِنْ ثُلُثِي اللَّيْلِ وَنِصْفَهُ وَثُلُثَهُ وَطَائِفَةٌ مِنَ الَّذِينَ مَعَكَ ۗ وَاللَّهُ يُقَدِّرُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ ۗ عَلِمَ أَنْ لَنْ تُحْصُوهُ فَتَابَ عَلَيْكُمْ ۖ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنَ الْقُرْآنِ ۗ عَلِمَ أَنْ سَيَكُونُ مِنْكُمْ مَرْضَىٰ ۖ وَأَخْرُونَ ۖ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ۖ وَأَخْرُونَ ۖ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۖ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنْهُ ۖ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا حَسَنًا ۖ وَمَا تَفَدَّمُوا لِأَنْفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرٌ وَأَعْظَمُ أَجْرًا ۗ

وَاسْتَغْفِرُوا لِلَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: “Dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan)nya di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. Dan mohonlah ampunan kepada Allah; sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

Dalam Islam, koperasi tergolong sebagai syirkah/syarikah. Lembaga ini adalah wadah kemitraan, kerjasama, kekeluargaan, dan kebersamaan usaha yang sehat, baik dan halal. Dan lembaga yang seperti itu sangat dipuji Islam seperti firman Allah, “Dan bekerjasamalah dalam kebaikan dan ketakwaan, dan janganlah saling berkerjasama dalam dosa dan permusuhan (Al-Maidah) kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini”. Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat

Bahkan, Nabi saw tidak sekedar membolehkan, juga memberi motivasi dengan sabdanya:

### 3. Al-Baqarah:282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَّيْتُمْ بَدِّينَ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوا



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.”  
 (QS. Al Baqarah : 282)

Ayat di atas adalah dalil bolehnya akad hutang-piutang, sedangkan akad kredit merupakan salah satu bentuk hutang, sehingga keumuman ayat di atas bisa menjadi dasar bolehnya akad kredit.

## 2.9 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Pengaruh Salesmanship terhadap Penjualan Kredit**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian/Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sutrisno	Pengaruh Salesmanship dan Sales Promotion Terhadap Penjualan Rokok Class Mild pada Pt. Delta Internusa Pekanbaru (2012).	1. Salesmanship ( $X_1$ ) 2. Sales Promotion ( $X_2$ ) 3. Penjualan (Y)	Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari salesmanship dan sales promotion terhadap penjualan pada PT. Delta Internusa Pekanbaru.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian/Tahu	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
2	atria Budi	nPengaruh Salesmanship terhadap Penjualan Mobil Toyota Kijang Innova pada Pt. Agung Automall Duri (2012).	1. Salesmanship (X) 2. Penjualan (Y)	Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif terhadap penjualan mobil Toyota kijang innova pada PT. Agung Automall Duri.
3	Dwi Yulia Nova	Pengaruh Penilaian Kredit terhadap Pemberian Kredit pada Usaha Ekonomi Kelurahan Simpan Pinjam (UEK-SP) Lembah Sari Makmur Kecamatan Rumbai Pesisir (2014).	1.Character (X1) 2. Capacity (X2) 3. Capital (X3) 4. Collateral (X4) 5. Condition of economic (X5) 6.Pemberian Kredit (Y)	Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pemberian kredit pada Usaha Ekonomi Kelurahan Simpan Pinjam (UEK-SP) Lembah Sari Makmur Kecamatan Rumbai Pesisir.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.10 Variabel Penelitian

Adapun variabel penelitian yang diteliti untuk mendukung hipotesis yang digunakan adalah:

Variabel Independent (X) : Salesmanship.

X<sub>1</sub>: Komunikasi.

X<sub>2</sub>: Negosiasi.

X<sub>3</sub>: *Product Knowledge*

X<sub>4</sub>: Motivasi.

X<sub>5</sub>: Penampilan.

Variabel Dependent (Y) : Penjualan Kredit.

## 2.11 Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang akan didefinisi adalah semi variabel yang terkandung dalam hipotesis, yang bertujuan untuk memudahkan membuat kuesioner. Adapun konsep operasional variabel pada penelitian ini adalah

**Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Penjualan Kredit (Y)	Penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan bilamana pembayarannya baru diterima beberapa waktu kemudian <b>Haryono (2003:327).</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Status kredit.</li> <li>2. Kondisi Usaha.</li> <li>3. Penghasilan.</li> <li>4. Jaminan.</li> </ol>	Likert
2	Komunikasi (X1)	Komunikasi adalah berusaha berbagi informasi, ide atau sikap. Misalnya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memiliki pengertian (pemahaman) yang sama terhadap pesan tertentu <b>(Jhon Rusly).</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemahaman.</li> <li>2. Kesenangan.</li> <li>3. Pengaruh pada sikap.</li> <li>4. Hubungan yang makin baik.</li> </ol>	Likert

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
3	Negosiasi (X2)	Negosiasi adalah suatu proses atau metode antara dua orang atau dua kubu untuk mencapai perjanjian yang dapat memenuhi kepuasan semua pihak yang berkepentingan dengan elemen-elemen kerjasama dan kompetisi (Witzany,2007:156).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alokasi Waktu</li> <li>2. Persiapan yang efektif dan efisien.</li> <li>3. Pengetahuan permasalahan.</li> <li>4. Penggunaan strategi.</li> <li>5. Tercapainya kesepakatan.</li> <li>6. Terlaksananya kesepakatan.</li> </ol>	Likert
4	Product Knowledge (X3)	Product Knowledge adalah Pengetahuan produk yang mendalam, memberikan rasa percaya diri kepada salesman untuk berhadapan langsung dengan pelanggan Jhon Rusly	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persyaratan dan standar kredit.</li> <li>2. Sistem pembayaran.</li> <li>3. Plafon kredit.</li> <li>4. Volume dan batas maksimal kredit.</li> <li>5. Kebijakan pengumpulan piutang.</li> </ol>	Likert
5	Motivasi (X4)	Motivasi adalah suatu proses yang mendorong, mengarahkan dan memelihara perilaku manusia ke arah pencapaian tujuan (Greenberg dan Baron (Djatmiko, 2008:67).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Faali (Fisiologis).</li> <li>2. Keamanan.</li> <li>3. Sosial.</li> <li>4. Penghargaan.</li> <li>5. Aktualisasi diri.</li> </ol>	Likert



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

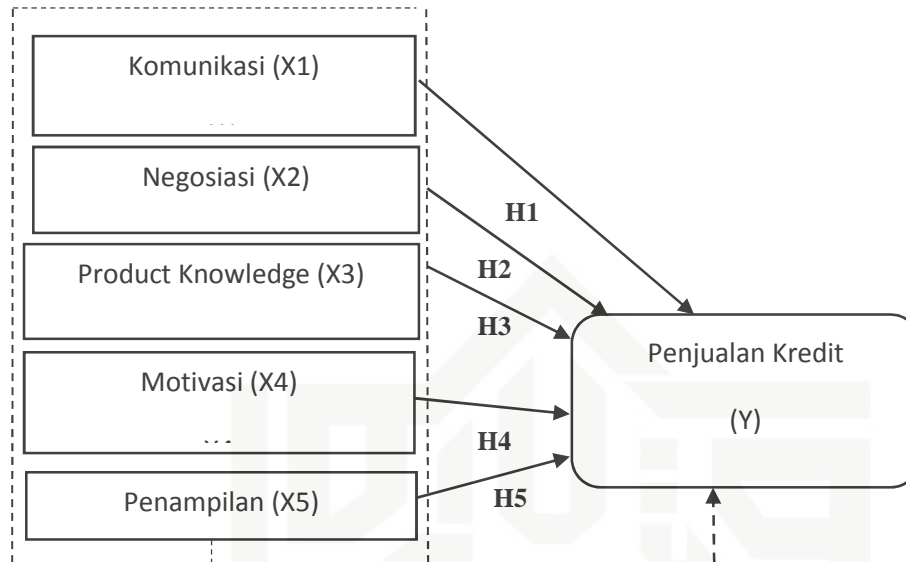
No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
6	Penampilan (X5)	Penampilan adalah hal yang paling penting, berbagai cara dilakukan demi menciptakan penampilan yang menarik. Bagian tubuh yang sering menjadi perhatian dalam setiap perubahan penampilan untuk menjadi lebih baik (Budiman, 2008).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sikap</li> <li>2. Suara dan Bahasa.</li> <li>3. Pakaian seragam lengkap.</li> <li>4. Tanda pengenal petugas.</li> </ol>	Likert

## 2.12 Kerangka Pemikiran Penelitian

Berikut ini dapat digambarkan kerangka pemikiran yang dijadikan dasar pemikiran dalam penelitian ini. Kerangka tersebut merupakan dasar pemikiran dalam melakukan analisis pada penelitian ini.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian**

**Judul : Pengaruh Salesmanship Terhadap Penjualan Kredit di Usaha Ekonomi Kelurahan Perdana Mandiri Sejahtera Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis.**

**Sumber: Alma Buchari (2008) Jhon Rusly (2010) Soemarso (2009) Penjualan Kredit (Y)**

Keterangan:

- : Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara srimultan (bersama-sama) .
- : Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (individu).

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.13. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis suatu penelitian sebagai berikut:

H1: Diduga Komunikasi berpengaruh terhadap Penjualan Kredit pada Usaha Ekonomi Kelurahan Perdana Mandiri Sejahtera Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis.

H2: Diduga Negosiasi berpengaruh terhadap Penjualan Kredit pada Usaha Ekonomi Kelurahan Perdana Mandiri Sejahtera Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis.

H3: Diduga *Product Knowledge* berpengaruh terhadap Penjualan Kredit pada Usaha Ekonomi Kelurahan Perdana Mandiri Sejahtera Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis.

H4: Diduga Motivasi berpengaruh terhadap Penjualan Kredit pada Usaha Ekonomi Kelurahan Perdana Mandiri Sejahtera Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis.

H5: Diduga Penampilan berpengaruh terhadap Penjualan Kredit pada Usaha Ekonomi Kelurahan Perdana Mandiri Sejahtera Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis.

H6: Diduga Komunikasi, Negosiasi, *Product Knowledge*, Motivasi, dan Penampilan berpengaruh secara srimultan terhadap Penjualan Kredit pada Usaha Ekonomi Kelurahan Perdana Mandiri Sejahtera Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis.