

BAB III

LANDASAN TEORITIS

A. Perilaku Pedagang

1. Pengertian Perilaku Pedagang

Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

Untuk itu perlu adanya aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan tersebut, agar tidak ada pihak-pihak yang dieksploitasi, terutama pihak konsumen yang berada pada posisi yang lemah. adapun yang perlu diperhatikan dalam perdagangan adalah perilaku pedagang.

Perilaku adalah pandangan – pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek. perilaku juga dapat disebut sebagai tingkah laku seseorang senantiasa didasarkan pada kondisi, yaitu tindakan mengenal atau memikirkan seseorang terlibat langsung dalam situasi memecahkan masalah.¹

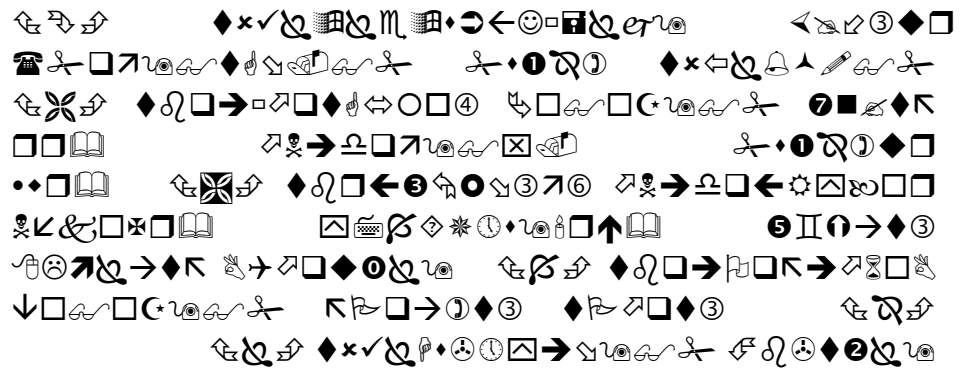
¹ <http://the-friendker.blogspot.com/-definisi-perilaku-menurut-ahli.html>. Diposkan pada 10 April 2013.

Salah satu yang mempengaruhi perilaku manusia adalah pendekatan perilaku yang berhubungan dengan psikologi manusia. Behaviorisme (pendekatan perilaku) adalah pendekatan yang sangat bermanfaat untuk menjelaskan persepsi interpersonal, konsep diri, eksperimen, sosialisasi serta ganjaran dan hukuman. Behaviorisme percaya bahwa perilaku manusia merupakan hasil dari proses belajar. Manusia belajar dari lingkungannya dan hasil belajar itulah ia berperilaku. Oleh Karena Itu, manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungannya.

Pendekatan Neurobiologis juga merupakan pendekatan yang menjelaskan hubungan perilaku dengan psikologi manusia. Pendekatan ini mencoba menjelaskan hubungan antara perilaku yang dapat diamati dan kejadian – kejadian mental seperti (pikiran dan emosi) menjadi proses biologis. Pandangan bahwa faktor biologis memainkan peran penting dalam perilaku sosial datang dari psikologi evolusioner yang menyatakan bahwa manusia, seperti makhluk lainnya di planet Bumi ini, telah mengalami proses evolusi biologis selama sejarah keberadaannya, Dan hasil dari proses ini adalah kita sekarang memiliki sejumlah besar mekanisme psikologis yang merupakan hasil evolusi yang membantu kita untuk tetap hidup atau mempertahankan keberadaan kita.²

² Robert A. Baron dkk, *Psikologi sosial*, (Jakarta: Erlangga,2003), h. 12

Pedagang adalah sebagai penyalur barang dan jasa-jasa perkotaan. dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang adalah tindakan atau tingkah laku penjual terhadap konsumen dalam menyalurkan barangnya. Dalam islam juga dijelaskan bagaimana seharusnya perilaku pedagang dalam berniaga (berdagang) dan peringatan kepada mereka yang melakukan curang, seperti yang dijelaskan dalam Al-quran (QS.Al- Mutaffifin ayat 1-7) sebagai berikut:



Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa Sesungguhnya mereka akan dibangkitkan. Pada suatu hari yang besar. (Yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam”³.

³ Departemen Agama RI, *op. cit*, h. 588.

Yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang. Dari ayat diatas dalam kita simpulkan bahwa salah satu yang dilarang dalam berdagang itu adalah curang dalam menimbang atau menakar.

Selain itu juga islam mengajarkan prinsip –prinsip perdagangan yang terkandung dalam al-qur'an sebagai berikut⁴:

1. Setiap perdagangan harus didasari sikap ridho diantara dua pihak
 2. Penegakan prinsip keadilan, baik dalam takaran, timbangan, ukuran mata uang, dan pembagian dalam keuntungan
 3. Prinsip larangan riba
 4. Kasih sayang, tolong menolong, dan persaudaraan universal
 5. Dalam kegiatan perdagangan tidak melakukan investasi pada usaha yang diharamkan, seperti usaha- usaha yang merusak mental, misalnya narkoba
-
2. Jual Beli Yang Tidak diperbolehkan
 - 1) Jual beli gharar yaitu segala jenis jual beli dengan menipu pihak lain.

Contoh – contohnya sebagai berikut :

⁴ Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana,2006), h. 173.

- (a) Misrat yaitu penjualan binatang yang tidak diperas susunya selama beberapa hari (sehingga ambing susunya terlihat besar) untuk menipu pembeli
- (b) Najsy yaitu membeli suatu barang dengan harga tinggi atau mengungguli tawaran orang lain, bukan karena ingin membelinya , melainkan untuk menjebak pembeli lain.
- (c) Jual dengan sumpah yaitu bersumpah mengenai tingginya kualitas barang yang dijual
- (d) Mencampur barang berkualitas tinggi dengan yang berkualitas rendah , seperti mencampur susu dengan air
- (e) Menjual daging bangkai ,darah, orang merdeka ,ikan yang belum ditangkap , burung yang masih diudara .
- (f) Penjualan minuman keras ,daging babi, dan sebagainya⁵
- (g) Mulamasah yaitu jual beli dengan sentuhan . seseorang membeli baju Dengan menyentuhnya tanpa membuka, melihatataupun memeriksanya
- (h) Jual beli buah yang belum layak dikonsumsi
- (i) Jual beli air (yang masih dalam sumbernya) dan rumput (yang masih tertanam)⁶

⁵ Afzalurrahman, *Muhammd Sebagai Seorang Pedagang* , (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi , 2012), h. 116.

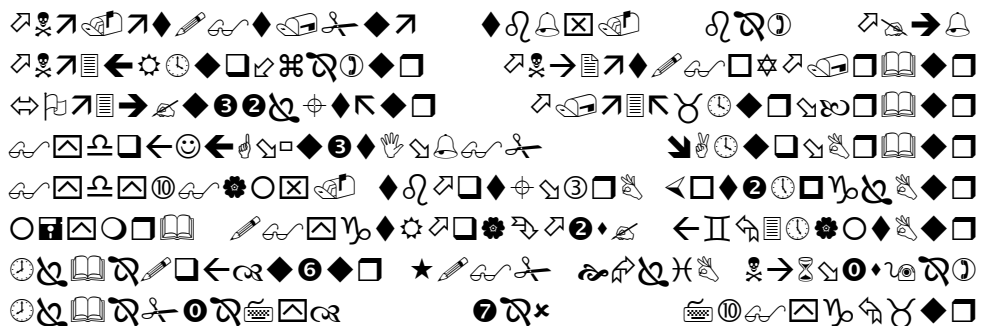
⁶ Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam* , (Jakarta: Kencana , 2012), h. 116

B. Tingkat Penjualan

1. Pengertian Penjualan

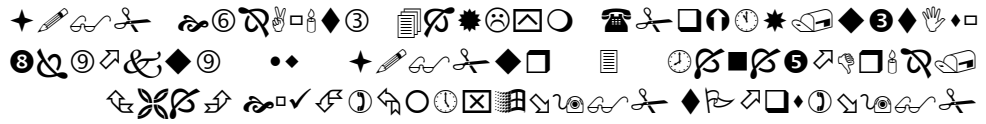
Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Penjualan adalah proses kegiatan menjual ,yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk distribusikan ke tangan konsumen⁷. Adapun konsep penjualan adalah gagasan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk perusahaan kecuali jika perusahaan tersebut melakukan usaha penjualan dan promosi dalam skala besar⁸.

Adapun ayat Al-qur;an yang menjelaskan tentang peringatan penjualan (jual beli).



⁷ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 166.

⁸ Kotler dan Amstrong, *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2001),hal.



Artinya: “Katakanlah: "Jika bapa-bapa, anak-anak, saudara-saudara, isteri-isteri, kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatiri kerugiannya, dan tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai dari Allah dan RasulNya dan dari berjihad di jalan nya, Maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan NYA". dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang fasik⁹”.

2. Jenis Penjualan

Terdapat beberapa jenis penjualan yang biasa dikenal dalam masyarakat diantaranya adalah:

a. *Trade Selling*

Penjualan yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar memperoleh pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan kegiatan promosi perdagangan,

⁹ Departemen Agama RI, al-Qur'an dan Terjemahannya (Jakarta: Darus Sunnah, 2002), h. 189.

persediaan dan produk yang baru, jadi titik beratnya adalah para penjual melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir.

b. *Missionary Selling*

Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan¹⁰.

c. *Technical Selling*

Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.

d. *New Business Selling*

Berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.¹¹

e. *Responsive Selling*

Setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *Roote driving and Retaining*, jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun akan terjalin hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

3. Transaksi penjualan

¹⁰ <http://studingcenter.blogspot.com> Emil /jenis-jenis-penjualan.html. Diposkan pada 12 Oktober 2012.

¹¹ Swastha, Basu dan Ibnu sukojwo, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Liberti Yogyakarta, 2007), h. 228.

Selain itu terdapat berbagai macam transaksi penjualan yang dapat diklasifikasi sebagai berikut :

1) Penjualan Secara Tunai

Penjualan yang bersifat "*Cash and Carry*" dimana penjualan setelah terjadi kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, pembeli langsung menyerahkan pembayaran secara tunai dan biasa langsung dimiliki oleh pembeli.

2) Penjualan Kredit

Penjualan *non cash* dengan tenggang waktu rata-rata diatas satu bulan.

(a) Penjualan Secara *Tender*

Penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur *tender* untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka *tender*.

(b) Penjualan *Ekspor*

Penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan fasilitas *Letter of Credit (LC)*.

4. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu :

- a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk- produk yang lebih menguntungkan.¹²
- b. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan sebagai berikut :

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual¹³

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah:

- 1) Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan
- 2) Harga produk atau jasa

¹² Frandi Tjiptono dkk, *Pemasaran strategi*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2008), h. 604.

¹³ Basu swasta, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Kencana 1998), h, 50

3) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman

b. Kondisi Pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni : jenis pasar, kelompok pembeli, daya beli, frekuensi pembelian serta keinginan dan kebutuhannya.

c. Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesar usahanya. Modal perusahaan dalam penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan, misalnya dalam menyelenggarakan stok produk dan dalam melaksanakan kegiatan penjualan memerlukan usaha seperti alat transportasi, tempat untuk menjual, usaha promosi dan sebagainya.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang penjualan.

e. Faktor-faktor lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena

diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama.

6. Pengertian Tingkat Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai.

Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba akan menurun. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri.

Adapun beberapa indikator terdapat dalam volume penjualan yaitu :

1. Mencapai volume penjualan
2. Mendapatkan laba
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan