BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Adapun pembahasan landasan teori meliputi pengertian bagi hasil, penjualan, online, penjualan *online*, dan perhitungan bagi hasil dari penjualan buku secara *online*.

2.1.1 Bagi Hasil

2.1.1.1 Pengertian Bagi Hasil

Sistem bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih.

Bagi hasil atau *profit sharing* menurut Asep ghofir Ali (2006:3) mendefinisikan bahwa :

> "Bagi hasil adalah pembagian hasil usaha diantara pihak atau mitra dalam suatu usaha kerjasama."

Bagi hasil atau *profit sharing* menurut Muhammad (2004:18) mendefinisikan bahwa :

> "Profit sharing atau bagi hasil adalah distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan."

Pengertian bagi hasil atau *profit sharing* menurut Karim (2004:191), adalah sebagai berikut:

> "Bagi Hasil adalah bentuk *return* (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar-kecilnya perolehan kembali itu tergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sistem bagi hasil merupakan salah satu praktik perbankan syariah."

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bagi hasil merupakan pembagian laba antara bank dengan mitra atas hasil usaha kerjasama yang telah dilakukan dan merupakan bentuk *return* (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar-kecilnya perolehan kembali itu tergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi.

2.1.1.2 Jenis-Jenis Bagi Hasil

Menurut informasi yang diperoleh dari *Tabloid NOVA (*8 Mei, 2007), pada umumnya jenis bagi hasil ada dua macam yaitu:

1. **Bagi hasil murni**

   Bagi Hasil Murni adalah jenis bagi hasil dimana pembagian hasil sebesar sekian persen dari keuntungan usaha. Ini berarti, bagi hasil hanya diberikan jika usahanya untung. Jika usaha tersebut rugi, maka tidak ada bagi hasil yang didapatkan.

2. **Bagi hasil yang dijanjikan**

   Jenis bagi hasil dimana pembagian hasil sebesar sekian persen dari uang yang diinvestasikan, terlepas apakah usaha tersebut untung atau tidak.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bagi hasil murni merupakan pembagian hasil sebesar sekian persen dari keuntungan usaha. Metode seperti ini membutuhkan penghitungan serta transparansi tentang seberapa besar keuntungan usaha yang didapat. Sedangkan **bagi hasil yang dijanjikan adalah merupakan** jenis bagi hasil dimana pembagian hasil sebesar sekian persen dari uang yang diinvestasikan, metode ini sering dipakai pada investasi usaha bagi hasil yang jumlah investornya cukup banyak, di atas 10 orang.

2.1.1.3 Prinsip-Prinsip Bagi Hasil

Menurut informasi dari http://bagihasil/teknikperhitungan/bahas« /communitydevelopment.html (12 November, 2008), prinsip adalah suatu (hal) yang harus ada dalam proses pelaksanaan kegiatan atau pekerjaan dan apabila kurang atau tidak ada akan mengurangi nilai atau eksistensinya.

"Prinsip-prinsip bagi hasil tersebut adalah sebagai berikut :

1. Keadilan
2. Peningkatan prestasi
3. Kebersamaan dan tolong menolong
4. Keterbukaan
5. Tanggung jawab
6. Pemenuhan rukun dan syarat"

Adapun penjelasan dari keadilan, peningkatan prestasi, kebersamaan, keterbukaan, tanggung jawab, dan pemenuhan rukun dan syarat untuk memenuhi pengertian, maksud dan tujuan tiap-tiap prinsip tersebut perlu dijabarkan lebih rinci agar jelas sehingga tidak mengurangi nilai, makna dan eksistensi kegiatan itu sendiri.

1. **Keadilan**

   a. Adanya keseimbangan/kesetaraan antara pemilik modal di satu pihak dengan ukuran sejumlah dana dan pengelola dan di pihak lain dengan ukuran kemampuan mengelola yang ditunjukkan dengan kelayakan usaha, prospek usaha atau proposal.

   b. Adanya kesetaraan dimaksud adalah adanya sikap masing-masing pihak dalam menghadapi usaha yang menjadi materi/tujuan kerjasama dalam arti tidak ada yang merasa lebih berkuasa atau lebih berhak.

   c. Adanya keseimbangan dalam pembagian hasil dalam pengertian bahwa nisbah bagi hasil yang disepakati seimbang dengan kontribusi dana/modal dan manajemen.

2. **Peningkatan prestasi**

   a. Adanya masing-masing pihak senantiasa mengutamakan perhatiannya dalam rangka peningkatan kinerja usaha, dimaksud adalah bahwa masing-masing mendapatkan keuntungan (bagi hasil) yang layak kepada peningkatan kinerja usaha sebagai proses awal.

   b. Memperhatikan peningkatan kualitas sumberdaya merupakan langkah selanjutnya.

   c. Mengutamakan keuntungan melalui sebuah proses yang rasional dan adil.

3. **Kebersaman dan tolong menolong**

   a. Menumbuhkan rasa saling memiliki, sebagai wujud adanya tolong menolong.

   b. Saling memperhatikan kelebihan dan kekurangan masing-masing saling memberikan kontribusi sesuai dengan kelebihannya dan menyadari kelemahan/kekurangan.

   c. Saling memahami kesulitan dalam arti memahami keterbatasan seseorang dalam menjaga kesulitan.

4. **Keterbukaan**

   a. Adanya kejujuran dam kondisi perkembangan usaha

   b. Adanya penerapan manajemen terbuka sehingga pihak pemilik dana dapat melakukan koreksi seperlunya.

   c. Adanya perencanaan yang diketahui kedua belah pihak dengan tujuan agar dapat diketahui adanya kesinambungan antara rencana dan realisasi.

5. **Tangung Jawab**

   a. Adanya kemajuan masing-masing pihak menanggung resiko yang terjadi.

   b. Pihak yang lainnya berusaha sekuat tenaga untuk memperkecil resiko

   c. Tanggung jawab tersebut harus diikuti dengan pembina dan bimbingan oleh pihak satunya.

6. Pemenuhan rukun dan syarat

a. Terpenuhinya rukun dalam kerjasama (syirkah)

b. Terpenuhinya syarat untuk tiap rukun

c. Dua hal diatas mutlak diperlukan untuk memenuhi ketentuan syariah yang menjadi dasar pemberlakuan ekonomi syariah.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa prinsip bagi hasil merupakan suatu (hal) yang harus ada dalam proses pelaksanaan kegiatan bagi hasil agar kerjasama yang terjalin memenuhi harapan dan memuaskan kedua belah pihak.

2.1.1.4 Metode Perhitungan Bagi Hasil

Metode perhitungan bagi hasil menurut Abdul Ghofur Anshori (2007:138) yaitu:

"Metode perhitungan bagi hasil terdiri dari :
1. Metode *profit and loss sharing*
2. Metode *profit sharing*
3. Metode *revenue sharing"*

Adapun penjelasan dari metode *profit and loss sharing*, metode *profit sharing* dan metode *revenue sharing* adalah sebagai berikut :

1. Metode *profit and loss sharing*

Sistem *profit and loss sharing* dalam pelaksanaannya merupakan bentuk dari perjanjian kerjasama antara pemodal (*Investor*) dan pengelola modal (*enterpreneur*) dalam menjalankan kegiatan usaha ekonomi, dimana diantara keduanya akan terikat kontrak bahwa di dalam usaha tersebut jika mendapat keuntungan akan dibagi kedua

pihak sesuai nisbah kesepakatan di awal perjanjian, dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan ditanggung bersama sesuai porsi masing-masing. Kerugian bagi pemodal tidak mendapatkan kembali modal investasinya secara utuh ataupun keseluruhan, dan bagi pengelola modal tidak mendapatkan upah/hasil dari jerih payahnya atas kerja yang telah dilakukannya. Keuntungan yang didapat dari hasil usaha tersebut akan dilakukan pembagian setelah dilakukan perhitungan terlebih dahulu atas biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses usaha. Keuntungan usaha dalam dunia bisnis bisa negatif, artinya usaha merugi, positif berarti ada angka lebih sisa dari pendapatan dikurangi biaya-biaya, dan nol artinya antara pendapatan dan biaya menjadi *balance.* Keuntungan yang dibagikan adalah keuntungan bersih (*net profit*) yang merupakan lebihan dari selisih atas pengurangan *total* cost terhadap *total revenue*.

2. Metode *profit sharing*

Profit sharing menurut etimologi Indonesia adalah bagi keuntungan. Dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. *Profit* secara istilah adalah perbedaan yang timbul ketika total pendapatan (*total revenue*) suatu perusahaan lebih besar dari biaya total (*total* cost). Di dalam istilah lain *profit sharing* adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh

pendapatan tersebut. Pada perbankan syariah istilah yang sering dipakai adalah *profit and loss sharing*, di mana hal ini dapat diartikan sebagai pembagian antara untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah dilakukan.

3. Metode *revenue sharing*

Revenue Sharing berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari dua kata yaitu, *revenue* yang berarti; hasil, penghasilan, pendapatan. *Sharing* adalah bentuk kata kerja dari *share* yang berarti bagi atau bagian. *Revenue sharing* berarti pembagian hasil, penghasilan atau pendapatan. *Revenue* (pendapatan) dalam kamus ekonomi adalah hasil uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari penjualan barang-barang *(goods)* dan jasa-jasa *(services)* yang dihasilkannya dari pendapatan penjualan *(sales revenue).* Dalam arti lain *revenue* merupakan besaran yang mengacu pada perkalian antara jumlah *out put* yang dihasilkan dari kagiatan produksi dikalikan dengan harga barang atau jasa dari suatu produksi tersebut. Di dalam revenue terdapat unsur-unsur yang terdiri dari total biaya *(total* cost*)* dan laba *(profit).* Laba bersih *(net profit)* merupakan laba kotor *(gross profit)* dikurangi biaya distribusi penjualan, administrasi dan keuangan.

Berdasarkan definisi di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa arti *revenue* pada prinsip ekonomi dapat diartikan sebagai total penerimaan dari hasil usaha dalam kegiatan produksi, yang merupakan jumlah dari total pengeluaran atas barang ataupun jasa dikalikan dengan harga barang tersebut. Unsur yang terdapat

di dalam *revenue* meliputi total harga pokok penjualan ditambah dengan total selisih dari hasil pendapatan penjualan tersebut. Tentunya di dalamnya meliputi modal (*capital*) ditambah dengan keuntungannya (*profit*).

2.1.1.5 Konsep Bagi Hasil

Menurut informasi dari http://punyahari.blogspot.com/2009/12/konsep-bagi-hasil-dalam-ekonomi-syariah.html (09 Desember,2009), adapun konsep bagi hasil adalah sebagai berikut :

1. Pemilik dana akan menginvestasikan dananya melalui lembaga keuangan syariah yang bertindak sebagai pengelola;
2. Pengelola atau lembaga keuangan syariah akan mengelola dana tersebut dalam sistem *pool of fund* selanjutnya akan menginvestasikan dana tersebut ke dalam proyek atau usaha yang layak dan menguntungkan serta memenuhi aspek syariah;
3. Kedua belah pihak menandatangani akad yang berisi ruang lingkup kerja sama, nominal, *nisbah* dan jangka waktu berlakunya kesepakatan tersebut.

Berdasarkan definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa konsep bagi hasil yaitu pemilik menginvestasikan dananya melalui lembaga keuangan syariah yang bertindak sebagai pengelola kemudian pengelola atau lembaga keuangan syariah akan mengelola dana tersebut dengan menandatangani akad yang berisi ruang lingkup kerja sama, nominal, *nisbah* dan jangka waktu berlakunya kesepakatan tersebut.

2.1.2 Penjualan

2.1.2.1 Pengertian Penjualan

Dalam usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya, setiap perusahaan akan berusaha memperoleh pendapatan yang optimal. Sumber pendapatan yang utama bagi perusahaan adalah penjualan, baik penjualan barang maupun jasa. Sehingga dapat dikatakan bagi setiap perusahaan tidak terlepas dari aktifitas bagian penjualan.

Adapun pengertian penjualan menurut Kotler (2006:p.457) adalah sebagai berikut :

> "Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjualan sipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan."

Menurut Hermawan Kartajaya (2006:15) pengertian penjualan adalah sebagai berikut :

> "Aktivitas menjual produk kepada pelanggan, termasuk bagaimana cara membuat pelanggan bisa membeli produk barang atau jasa."

Menurut Gerald A. Michaelson (2004:8) penjualan adalah sebagai berikut :

"Pekerjaan seumur hidup bagi kaum pria dan wanita yang berusaha dalam tim untuk mengkoordinasikan pelayanan kepada pelanggan."

Adapun pengertian lain tentang penjualan menurut Ridwan Tobbing (2004:298) adalah sebagai berikut :

> "Penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pemberian jasa yang dilakukan oleh produsen kepada konsumen dengan harga yang disepakati."

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu persetujuan dari kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana seorang penjual menawarkan barang daganganya atau produknya dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produknya tersebut sebesar harga yang telah disepakati. Selain itu, dari pengertian diatas juga dapat disimpulkan bahwa penjualan dibagi menjadi dua, yaitu penjualan barang dan penjualan jasa. Penjualan barang meliputi barang yang diproduksi oleh perusahaan untuk dapat dijual maupun barang yang dibeli oleh seseorang untuk dijual kembali pada orang lain. Sedangkan penjualan jasa biasanya penjualan secara kontrak yang telah disepakati bersama.

2.1.2.2 Tujuan Penjualan

Basu Swastha (dalam Tri Eka Pujiastuti, 2004 : 13) menyatakan bahwa pada umumnya penjualan mempunyai tiga tujuan umum, diantaranya sebagai berikut :

> "Tujuan penjualan terdiri dari :
> 1. Mencapai volume penjualan
> 2. Mendapatkan laba tertentu
> 3. Menunjang pertumbuhan perusahaan."

Adapun penjelasan dari mencapai volume penjulalan, mendapatkan laba tertentu, dan menunjang pertumbuhan perusahaan adalah sebagai berikut :

1. **Mencapai volume penjualan**

   Perusahaan perlu menetapkan target penjualan yang akan dicapai untuk suatu periode waktu, biasanya dalam satu tahun. Target penjualan ini sangat penting untuk kegiatan perencanaan keuangan dan manajer promosi penjualna, karena dengan menetapkan target penjualan, maka volume penjualan akan dicapai.

2. **Mendapatkan laba tertentu**

   Pada saat mendirikan suatu perusahaan setiap individu dalam perusahaan tentu mempunyai tujuan masing-masing, dan tujuan tersebut harus diarahkan menuju tercapainya tujuan perusahaan secara keseluruhan yaitu untuk memperoleh laba yang optimal. Pengakuan, pengukuran dan pelaporan (penyajian) laba perusahaan sangat penting, hal ini membantu manajemen untuk mengetahui seberapa hasilkah kegiatan penjualan yang telah dilaksanakan.

3. **Menunjang pertumbuhan perusahaan**

   Penjualan yang efektif sangat membantu dalam meningkatkan volume penjualan, sehingga laba yang diharapkan oleh perusahaan dapat tercapai. Dengan adanya laba maka secara tidak langsung dapat menunjang pertumbuhan perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengembangkan usahanya.

Berdasarkan ciri-ciri diatas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri penjualan adalah pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan laba yang maksimal serta mempertahankan atau berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat direalisir apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan.

2.1.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan Menurut Basu Swastha (2005:406) yaitu :

"Adapun Faktor- faktor pengaruh penjualan adalah :
1. Kondisi dan kemampuan penjual
2. Kondisi pasar
3. Modal
4. Kondisi organisasi perusahaan
5. Faktor lain"

Adapun penjelasan dari kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor lain dalah sebagai berikut :

1. **Kondisi dan kemampuan penjual**

   Transaksi jual beli atau pemindahn hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembeli agar dapat berhasil mencapai sasaran penjulan yang diharapkan.

Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa maslah penting yang sanagt berkaitan, yakni :

a. Jenis dan karakteristik barang yang di tawarkan
b. Harga pokok
c. Syarat penjualan, seperti pembayaran, penghantaran, pelayanan purna jual, garansi dan sebagainya.

2. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualn, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah :

a. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemrintah ataukah pasar internasional.
b. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
c. Daya belinya
d. Frekuensi pembeliannya
e. Keinginan dan kebutuhanya

3. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apakah barang yang dijual belum dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu atau membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sasaran serta usaha, seperti : alat transport, tempat peragaan baik

didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

4. Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang oleh orang-orang tertentu atau orang yang ahli di bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit dan sistem organisasinya lebih sederhana.

5. Faktor lain

Faktor-faktor lain seperti : periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya diperlikan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal besar kegiatan ini rutin dapat dilakukan sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan sangatlah penting untuk kita ketahui dalam menjalankan suatu kegiatan penjualan untuk merangsang daya tarik pembeli seperti halnya dalam mengetahui kondisi dan kemampuan penjual bahwa kita

sebagai penjual harus dapat meyakinkan kepada pembeli agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

2.1.3 *Online*

2.1.3.1 Pengertian Sistem *Online*

Menurut informasi yang diperoleh dari http://Informasi-sistem.blogspot.com (2007) pengertian sistem *online* adalah sebagai berikut :

> "Sistem yang menerima langsung input pada area dimana input tersebut direkam dan menghasilkan output yang dapat berupa hasil komputerisasi pada area dimana mereka dibutuhkan.

Menurut Iwan Sofanana (2009) mengemukakan pengertian sistem *online* adalah sebagai berikut :

> "Sistem *online* adalah suatu sistem yang terdiri dari berbagai perangkat yang saling terhubung satu sama lainnya."

Menurut Mulyadi (2004:332) pengertian sistem *online* adalah sebagai berikut :

> "Sistem *online* adalah sistem komputer yang memungkinkan pemakai melakukan akses ke data dan program secara langsung melalui peralatan terminal."

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bawa sistem *online* adalah sistem komputer yang memungkinkan pemakai melakukan akses ke data dan program secara langsung (input) dan menghasilkan output berupa hasil komputerisasi pada

area dimana mereka dibutuhkan dan dapat melakukan akses ke data dan program secara langsung melalui peralatan terminal.

2.1.3.2Tipe Sistem *Online*

Tipe sistem *online* menurut Mulyadi (2004:333) digolongkan sebagai berikut :

> "Tipe sistem online terdiri dari :
> a. *Online real /time processing*
> b. *Online / batch processing*
> c. *Online / memo update*
> d. *Online / inquiry*
> e. *Online / downloading / uploading processing"*

Adapun penjelasan dari *online real /time processing, online / batch processing, online / memo update, online / inquiry online / downloading / uploading processing* adalah sebagai berikut :

a. *Online real /time processing*

Dalam sistem *online real* atau *time processing*, transaksi secara individual dientri dengan melalui peralatan terminal, di-*validasi* dan digunakan untuk meng-*update* dengan segera file komputer sebagai contoh penerimaan kas yang segera, secara langsung digunakan untuk meng-*update* akun *costumer* yang bersangkutan. Hasil pengolahan ini kemudian tersedia untuk permintaan keterangan atau laporan.

b. *Online / batch processing*

Dalam sebuah sistem *online atau batch processing*, transaksi secara individual dientri melalui peralatan terminal, dilakukan validasi tertentu dan ditambahkan ke *transaction* file yang berisi transaksi lain,

dan kemudian dientri ke dalam sistem secara periodik. Sebagai contoh, jurnal dapat dimasukkan dan di-*validasi* secara *online* dan disimpan sementara dalam *transaction* file dan master file buku besar di-*update* secara bulanan.

c. *Online / memo update* (data pengolahan selanjutnya)

Transaksi secara individual digunakan untuk meng-*update* suatu memo file yang berisi informasi yang telah diambil dari master file sebagai contoh penarikan kas melalui ATM.

d. *Online / inquiry*

Online / inquiry membatasi pemakai pada peralatan terminal untuk melakukan permintaan keterangan dari master file dalam sistem ini, master file di-*update* oleh sistem lain, biasanya berdasarkan batch transaksi.

e. *Online / downloading / uploading processing*

Online / downloading / uploading processing berkaitan dengan transfer data dari master file ke peralatan *intelligent* terminal untuk diolah lebih lanjut oleh pemakai. Sebagai contoh, data dikantor pusat yang merupakan transaksi cabang dapat ditransfer ke peralatan terminal di cabang untuk diolah lebih lanjut dan untuk menyiapkan laporan keuangan cabang. hasil pengolahan ini dan data lain yang diolah secara lokal di cabang dapat ditransfer ke komputer kantor pusat.

2.1.3.3 Kepentingan Sistem *Online*

Pengolahan *online* juga mempunyai beberapa kekurangan yang relatif dibandingkan dengan pengolahan grup (*batch*). Software yang diperlukan untuk pengolahan *online* biasanya jauh lebih mahal. Jika transaksi timbul dalam jumlah yang besar dari lokasi yang terpisah berjauhan secara tersebar maka biaya fasilitas terminal data dan komunikasi data dapat menjadi sangat tinggi. Pengolahan *online* juga kurang efisisiensi bila dibandingkan dengan pengolahan grup dalam pemanfaatan mesin karena pengolahan *online* memakai waktu mesin yang lebih banyak untuk memproses serangkaian transaksi secara individual. Menurut Jogiyanto (dalam Dimas ismail, 2005: 19) kepentingan sistem *online* dalam hal ini dilihat dari segi keuntungan dan kekurangan bila dibandingkan dengan sistem batch. Keuntungan sistem *online* antara lain adalah :

a. Pencatatan pada master file menjadi lebih cepat karena pencatatan tidak harus diurutkan sehinnga informasi tidak akan terlambat jika dibandingkan dengan sistem batch.
b. Dengan sistem *online* dapat dengan cepat menyediakan data yang diperlukan sedangkan dengan sistem *batch* pengambilan data kembali dari pencatatan akan terlambat jika menggunakan media penyimpanan dengan pita magnetik.
c. Pada sistem *online* tidak memerlukan kegiatan *sorting* dan penulisan.
d. Pada sistem *online* lebih fleksibilitas dari pada sistem *batch* karena pada sistem *online* tidak memerlukan banyak kegiatan file manual program dan dokumen dasar.

Sedangkan kekurangan sistem *online* antara lain adalah :

a. Sistem *online* memerlukan banyak kompleks serta mahal perangkat keras dan lunaknya.
b. Karena sistem *online* menggunakan sistem acak menyebabkan sistem ini kurang efisien.
c. Pada sistem *online* tidak menyediakan tambahan pengendalian.

2.1.3.4 Tujuan Sistem *Online*

Keputusan apakah pengolahan *online* atau pengolahan grup yang tepat untuk suatu aplikasi tertentu harus dibuat atas dasar individual. Diantara aplikasi akuntansi yang paling cocok adalah pengolahan *online* yang berhubungan dengan sistem informasi agar dapat memberikan pelayanan yang paling baik kepada para pelanggan. Sebagai contoh, jika data yang berhubungan dengan persediaan barang selesai atau barang jadi menggunakan pengolahan *online* maka petugas penjualan yang memanfaatkan suatu terminal data dapat menyediakan informasi yang *up to date* kapada seorang langganan yang menyangkut tersedianya sejumlah persediaan barang. Jika langganan memutuskan untuk membeli, petugas penjualan dapat memasukkan data transaksi yang perlu pada terminal yang menghasilkan reduksi saldo-saldo persediaan barang untuk jenis barang yang dibeli dan penyiapan dokumen yang mengotorisasikan pengiriman barang. Langganan dapat diberitahu secara *on the spot* tentang hari penyerahan barang yang diharapkan.

Jika pengolahan dipergunakan untuk suatu aplikasi penyortiran ini maka petugas penjualan tidak akan selalu tahu pasti apakah barang tertentu tersedia, sehingga dapat dengan mudah terjadi keterlambatan atau penangguhan penyerahan karena perlu waktu untuk memproses transaksi dan petugas penjualan akan kurang percaya dalam penaksiran tanggal penyerahan barang. Jadi sistem pengolahan *online* yang berorientasi kepada pelayanan, langganan dapat menyediakan suatu informasi bagi perusahaan yang penting dan bermanfaat dalam persaingan.

2.1.4 Penjualan *Online*

2.1.4.1 Pengertian penjualan *Online*

Penjualan barang atau jasa secara *online* di internet biasa disebut dengan *e-commerce*. Menurut informasi yang diperoleh dari http://r-marpaung.tripod.com/electroniccommerce.doc (22 April, 2007) pengertian *e-commerce* atau penjualan *online* adalah sebagai berikut :

> "*E-commerce* atau yang lebih dikenal dengan *e-com* dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan *get and deliver*."

Menurut Fuady (2005:407) pengertian *e-commerce* atau penjualan *online* adalah sebagai berikut :

> *"E-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik."

Menurut Bryan A. Garner (dlm Abdul Halim Barakatullah dkk, 2005 : 12) pengertian *e-commerce* atau penjualan *online* adalah sebagai berikut :

> *"E-Commerce the practice of buying and selling goods and services trough online consumer services on the internet. The e, ashortened from electronic, has become a popular prefix for other terms associated with electronic transaction."*
> "Dapat dikatakan bahwa pengertian *e-commerce* yang dimaksud adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa komputer *online* di *internet*."
> Kemudian Menurut informasi yang diperoleh dari Website E-Commerce Net (2005) pengertian *e-commerce* atau penjualan *online* adalah sebagai berikut :
>
> "*E-Commerce* didefinisikan sebagai kegiatan menjual barang dagangan dan/atau jasa melalui *internet*."

Seluruh definisi yang dijelaskan di atas pada dasarnya memiliki kesamaan yang mencakup komponen transaksi (pembeli, penjual, barang, jasa dan informasi), subyek dan obyek yang terlibat, serta media yang digunakan (dalam hal ini adalah *internet*).

2.1.4.2 Jenis-Jenis Penjualan *Online*

Menurut informasi dari http://Knowledge Base Javanesia.com (10 Mei, 2008) Adapun Jenis-jenis Penjualan *Online* berdasarkan sifat transaksinya adalah sebagai berikut :

1. ***Business-To-Business (B2B)***

   Pada umumnya bisnis online yang dilakukan saat ini merupakan B2B. Internet Marketing jenis ini meliputi transaksi *Interorganizational Information System* (IOS). IOS meliputi sistem informasi global, *Electronic Data Interchange* (EDI), *Electronic Fund Transfer* (EFT),

Database, pesan terintegrasi dan *Supply Chain Management* (SCM). IOS merupakan aliran informasi antara dua perusahaan/organisasi atau lebih, tujuannya adalah pemrosesan transaksi secara efisien, seperti pengiriman order, rekening atau pembayaran dengan menggunakan teknologi EDI. Semua hubungan telah disepakati dan telah ditentukan sebelumnya sehingga tidak diperlukan negosiasi lagi dan langsung dapat di laksanakan. Misalnya di Wal-Mart dengan Warner-Lambert.

2. *Business-To-Consumer (B2C)*

Business-To-Consumer merupakan transaksi eceran dengan pembeli perorangan. pembelian dilakukan secara personal, misalnya di Alibaba.com pembeli khas adalah seorang konsumen perorangan. Contoh lain di Amazone.com.

3. *Consumer-To-Consumer (C2C)*

Ini adalah proses penjualan secara online antara seorang konsumen langsung ke konsumen lainnya. Contohnya adalah di Bekas.com ketika ada perorangan yang melakukan penjualan, menjual seperti properti rumah, ruko, rukan dan hunian lainnya, mobil, handphone dan lain lainnya. Contoh yang lain yaitu mengiklankan jasa pribadi di online, serta menjual pengetahuan dan keahlian lainnya. Adalah termasuk jenis C2C. Contoh lain yang paling terkenal di dunia adalah eBuy.com.

4. ***Consumer-To-Business(C2B)***

   Merupakan perseorangan yang menjual produk atau jasa kepada suatu perusahaan/organisasi. Perseorangan yang mencari penjual, saling berinteraksi dan menyepakati suatu transaksi.

5. ***Non-Profit E-commerce***

   Di dunia Cyber semakin banyak website non profit, seperti website akademisi, organisasi nirlaba, organisasi kerohanian, organisasi sosial dan lembaga-lembaga pemerintah yang menggunakan *E-commerce* untuk mengurangi biaya-biaya operasional, atau untuk meningkatkan layanan publik.

6. ***Intrabusiness (Organizational) E-commerce***

   Kategori yang ini adalah semua aktivitas internal organisasi, yang dilakukan dengan sistem web base. Yang melibatkan pertukaran informasi, barang dan jasa. Misalnya berupa pelaksanaan pelatihan secara online bagi karyawan, penjualan produk ke pekerja yang akhirnya dapat dilakukan pemangkasan biaya operasional organisasi.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa untuk mengelola *online business*, kita dapat melihat spesifikasi dari bisnis *online* yang sedang kita jalankan, apakah termasuk B2B, C2B atau bahkan yang lainnya. Hal ini adalah salah satu pembelajaran bagi kita dalam mengembangkan suatu *online business* atau penjualan *online*.

2.1.4.3 Proses Penjualan *Online* Atau *E-commerce*

Menurut informasi yang diperoleh dari http://definisi e-commerce-tugas-yogaari.htm (9 Maret 2010), adapun proses yang terdapat dalam penjualan *online* atau *e-commerce* meliputi sebagai berikut :

1. Presentasi *electronis* (Pembuatan Website) untuk produk dan layanan.
2. Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.
3. Secara otomatis account pelanggan dapat secara aman (baik nomor rekening maupun nomor kartu kredit).
4. Pembayaran yang dilakukan secara langsung (*online*) dan penanganan transaksi.

2.1.4.4 Keuntungan Penjualan *Online* Atau *E-commerce*

Menurut informasi yang diperoleh dari http://definisi e-commerce-tugas-yogaari.htm (9 Maret 2010), adapun keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan transaksi melalui penjualan *online* atau *e-commerce* bagi suatu perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan pendapatan dengan menggunakan *online channel* yang biayanya lebih murah.
2. Mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya.
3. Mengurangi keterlambatan dengan menggunakan transfer elektronik atau pembayaran yang tepat waktu dan dapat langsung dicek.
4. Mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsif.

2.1.4.5 Dampak Positif dan Negatif Penjualan *Online* atau *E-commerce*.

Menurut informasi yang diperoleh dari http://definisi e-commerce-tugas-yogaari.htm (9 Maret 2010), didalam dunia penjualan *online* atau *E-commerce* pasti terdapat dampak positif dan negativenya, adapun dampak positifnya yaitu :

1. Revenue Stream (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.
2. Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar).
3. Menurunkan biaya operasional(operating cost).
4. Melebarkan jangkauan (global reach).
5. Meningkatkan customer loyality.
6. Meningkatkan supplier management.
7. Memperpendek waktu produksi.
8. Meningkatkan value chain (mata rantai pendapatan).

Sedangkan dampak negatifnya, yaitu :

1. Kehilangan segi *financial* secara langsung karena kecurangan. Seorang penipu mentransfer uang dari rekening satu ke rekening lainnya atau dia telah mengganti semua data finansial yang ada.
2. Pencurian informasi rahasia yang berharga. Gangguan yang timbul bisa menyingkap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.

3. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik tiba-tiba padam.
4. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misalkan seorang hacker yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan Setelah itu dia memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.
5. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Ini karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut. Kerugian yang tidak terduga. Disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia, kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.

2.1.5 Perhitungan Bagi Hasil Dari Penjualan Secara *Online*

Perkembangan teknologi telekomunikasi dan komputer menyebabkan terjadinya perubahan kultur kita sehari-hari. Dalam era yang disebut *information age* ini, media elektronik menjadi salah satu media andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis. *E-commerce* merupakan extension dari *commerce* dengan mengeksploitasi media elektronik. Meskipun penggunaan media elektronik ini belum dimengerti, akan tetapi desakan bisnis menyebabkan para pelaku bisnis mau tidak mau harus menggunakan media elektronik ini.

Kita dapat melakukan order dengen cepat di *internet* dalam hitungan menit akan tetapi proses pengiriman barang justru memakan waktu yang cukup lama. Pada prinsipnya ilmu *internet marketing* berperan mengajak seluruh pengguna internet di dunia ini untuk mengunjungi sebuah situs. Sama halnya dengan di kehidupan nyata, semakin banyak pengunjung maka penjualan pasti meningkat, begitu juga di dunia maya (*internet*) semangkin banyak pengunjung sebuah situs, maka penjualan pun pasti akan meningkat.

Menurut informasi yang diperoleh dari http://MyCyberland.Blog Archive.com (25 Februari, 2010) Banyak sekali lahan bisnis online atau penjualan online (*e-commerce*) di *internet* dengan menggunakan sistem bagi hasil diantaranya yaitu :

> "*Affiliate marketing / reseller* adalah suatu usaha bisnis *internet* dengan cara menjualkan produk orang lain di *internet*, kemudian dari setiap penjualan yang terjadi, maka kita akan memperoleh bagi hasil dari penjualan tersebut. Biasanya sistem bagi hasil 50% : 50% atau 30% : 70%."

Berdasarkan uraian diatas menyimpulkan bahwa dalam era yang disebut *information age* ini, media elektronik menjadi salah satu media andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis atau disebut juga bisnis *online*, dimana banyak sekali lahan bisnis *online* di *internet* dengan menggunakan sistem bagi hasil. Adapun jenis sistem bagi hasil yang diterapkan oleh suatu perusahaan tergantung kesepakatan kedua belah pihak apakah menggunakan **bagi hasil murni, dimana** pembagian hasil sebesar sekian persen dari keuntungan usaha. Atau **bagi hasil yang dijanjikan** dimana pembagian hasil sebesar sekian persen dari uang yang diinvestasikan, terlepas apakah usaha tersebut untung atau tidak.

2.2 Kerangka Pemikiran

Keberhasilan suatu perusahaan pada umumnya dinilai berhasil dilihat dari kemampuannya dalam memperoleh laba. Dengan laba yang diperoleh, perusahaan akan dapat mengembangkan berbagai kegiatan, meningkatkan jumlah aktiva dan modal serta dapat mengembangkan dan memperluas bidang usahanya. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan mengandalkan kegiatannya dalam bentuk penjualan, baik itu penjualan secara manual maupun *online,* karena di era globalisasi yang berkembang pesat saat ini adalah internet, internet merupakan teknologi yang memiliki cakupan sangat luas, dimana *internet* terhubung secara *online* tanpa mengenal batas waktu dan tempat. Dalam hal ini, bila perusahaan menggunakan internet dalam sistem informasinya maka akan memberikan kemudahan bagi para pelanggan dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan juga perusahaan itu sendiri. Salah satu aktivitas perusahaan yang terpenting adalah aktivitas penjualan.

Pengertian penjualan menurut Warren, Reeve, Fess (2005:290) yang diterjemahkan oleh Aria Farahmita dan Taufik Hendrawan adalah sebagai berikut:

> "Penjualan adalah jumlah yang dibebankan kepada pelanggan untuk barang dagang yang dijual baik secara tunai maupun kredit."

Dengan menghubungkan jaringan komputer perusahaan dengan internet, perusahaan dapat menjalin hubungan bisnis dengan rekan bisnis atau konsumen secara lebih efisien. Sampai saat ini internet merupakan infrastruktur yang ideal untuk menjalankan penjualan secara *online* atau disebut juga dengan istilah *e-*

commerce, sehingga istilah *e-commerce* pun menjadi identik dengan menjalankan bisnis di *internet*.

Menurut Richard L. Daft (2006:312) pengertian *e-commerce* atau penjualan *online* adalah sebagai berikut :

> "*E-commerce* adalah bentuk yang lebih terbatas yang khususnya merujuk pada pertukaran atau transaksi bisnis yang terjadi secara elektronik."

Tetapi dibalik semua itu tidak semua penjualan yang dilakukan secara *online* berjalan dengan lancar tetapi masih banyak perusahaan yang mengalami hambatan karena penjualan *online* masih memiliki kekurangan yaitu layanan hanya dapat dinikmati pemilik komputer berkoneksi *internet*, dimana tingkat pemakaian internet di Indonesia yang masih rendah, karena sangat bergantung pada ketersediaan dan kecepatan koneksi *internet*. Sehingga untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat yang kurang mengerti tentang cara membeli secara *online* maka perusahaan bekerjasama dengan pihak lain agar penjualan online tetap berjalan. Penerapan konsep kerjasama sebenarnya mempunyai manfaat yang sangat besar, dimana dalam kerjasama tersebut dijanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak.

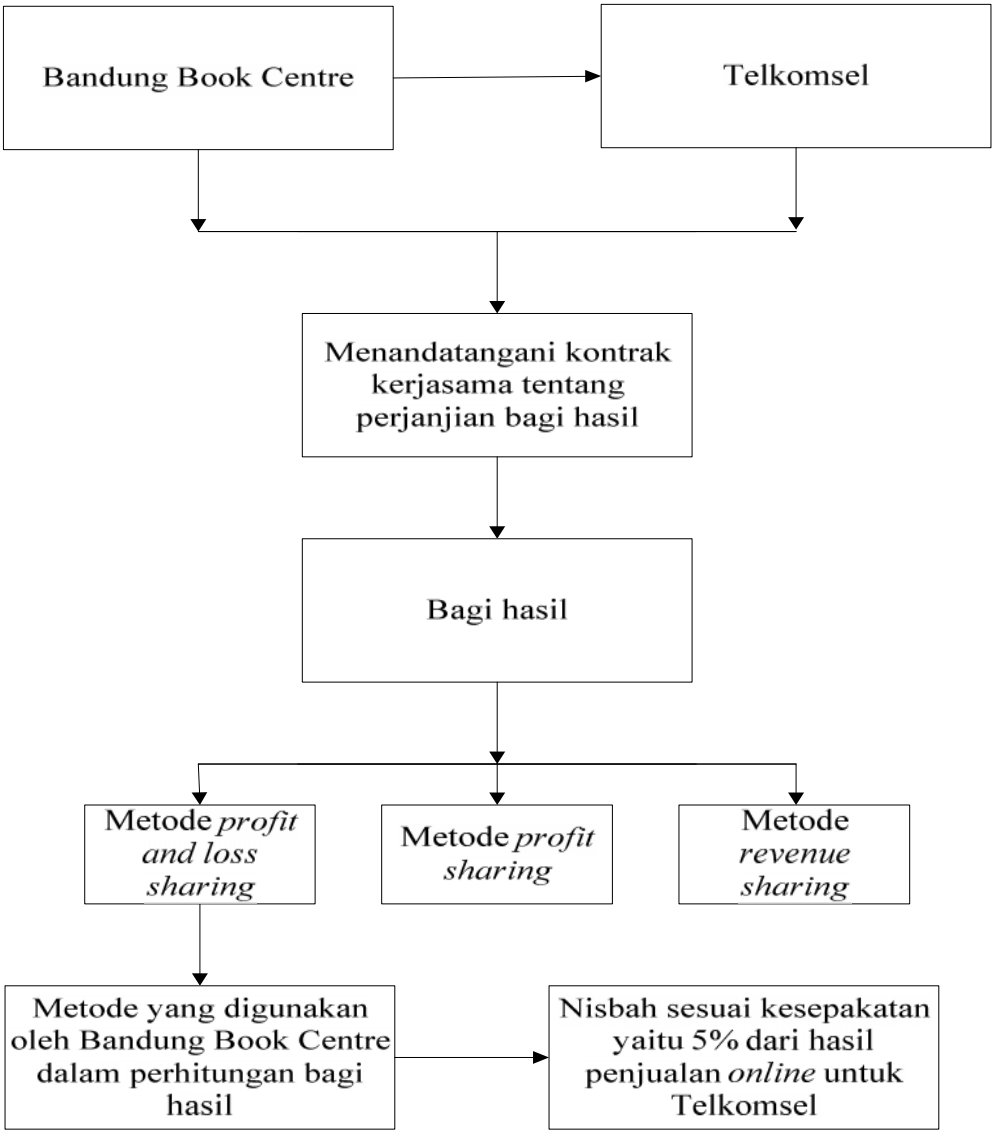
Adapun pengertian bagi hasil atau *profit sharing* menurut informasi dari http://wahy.multiply.com/journal/item/, adalah sebagai berikut:

> "Adapun bagi hasil atau *profit sharing* ini dapat diartikan sebagai sebuah bentuk kerjasama antara pihak investor atau penabung *(shahibul maal)* dengan pihak pengelola *(mudharib)*, dan nantinya akan ada pembagian hasil sesuai dengan persentase jatah bagi hasil (*nisbah*) sesuai dengan kesepakatan ke dua belah pihak."

Menurut informasi yang diperoleh dari www.e-syariah.com (2004), metode bagi hasil terdiri dari dua sistem yaitu:

"Metode perhitungan bagi hasil terdiri dari :
1. Metode *profit sharing*
2. Metode *revenue sharing"*

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan yang dilakukan secara *online* tidaak semuanya berjalan dengan lancar tetapi masih banyak perusahaan yang mengalami hambatan karena penjualan *online* masih memiliki kekurangan yaitu layanan hanya dapat dinikmati pemilik komputer berkoneksi *internet*, dimana tingkat pemakaian *internet* di Indonesia yang masih rendah, karena sangat bergantung pada ketersediaan dan kecepatan koneksi *internet.* Sehingga untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat yang kurang mengerti tentang cara membeli secara *online* maka perusahaan bekerjasama dengan pihak lain agar penjualan online tetap berjalan. Penerapan konsep kerjasama sebenarnya mempunyai manfaat yang sangat besar, dimana dalam kerjasama tersebut dijanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak, dan diantara kedua belah pihak tersebut menandatangani kontrak kerjasama dan kesepakatan dalam menetukan nisbah (presentase) bagi hasil, dimana metode yag digunakan dalam menghitung bagi hasil tergantung kesepakatan diantara kedua belah pihak. Penjelasan-penjelasan tersebut di atas dapat dijelaskan dalam suatu skema kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.2

Skema Kerangka Pemikiran