

**SISTEM KERJA DAN PENCAPAIAN TARGET *SALES* PADA
PENJUALAN PRODUK HONDA PADA PT NUSANTARA SAKTI
LAMNYONG MENURUT KONSEP *IJĀRAH ‘ALA AL-‘AMĀL***

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

AYRIN SAZWA FILDZIA

NIM 220102106

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH
TAHUN 2026 M / 1447 H**

**SISTEM KERJA DAN PENCAPAIAN TARGET *SALES* PADA
PENJUALAN PRODUK HONDA PADA PT NUSANTARA SAKTI
LAMNYONG MENURUT KONSEP *IJĀRAH 'ALA AL-'AMĀL***

PENGESAHAN PEMBIMBING

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S1) Dalam Hukum Ekonomi Syari'ah

Diajukan oleh

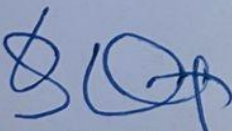
AYRIN SAZWA FILDZIA
NIM 220102106

Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah

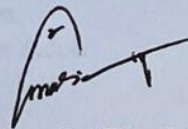
Disetujui untuk diuji/di *munaqasyah* kan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr.iur Chairul Fahmi, M.A.
NIP. 198106012009121007



Azka Amalia Jihad, M.E.I.
NIP. 199102172018032001

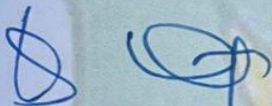
**SISTEM KERJA DAN PENCAPAIAN TARGET SALES PADA
PENJUALAN PRODUK HONDA PADA PT NUSANTARA SAKTI
LAMNYONG MENURUT KONSEP *IJĀRAH* 'ALA AL-'AMĀL**

**PENGESAHAN SIDANG
SKRIPSI**

Telah Diuji oleh Panitia Ujian *Munqasyah*
Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN
Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus Serta
Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (S-1) Dalam Hukum
Ekonomi Syariah

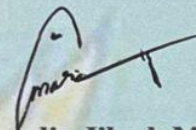
Pada Hari/Tanggal : Selasa/ 27 Januari 2026
8 Sya'ban 1447 H

Ketua



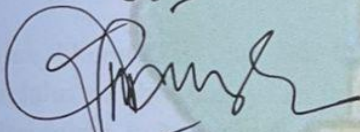
Dr. iur Chairul Fahmi, M.A.
NIP. 1981106012009121007

Sekretaris



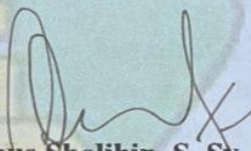
Azka Amalia Jihad, M. E. I.
NIP. 199102172018032001

Penguji 1



Prof. Dr. Muhammad Maulana, M.Ag.
NIP. 197507072006041004

Penguji 2



Riadhus Sholihin, S. Sy. M. H.
NIP. 199311012019031014

Mengetahui

Dekan Fakultas Syari'ah Dan Hukum
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh



Prof. Dr. Kamaruzzaman, M. Sh.
NIP. 19780917009121006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
Jl. Sheikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. Fax, 0651-7557442 email: fsh@ar-raniry.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayrin Sazwa Fildzia
Nim : 220102106
Prodi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkannya.*
2. *Tidak melakukan plagiaris terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin milik karya.*
4. *Mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya

Banda Aceh, 21 Januari 2026

Yang menyatakan



Ayrin Sazwa Fildzia

ABSTRAK

Nama : Ayrin Sazwa Fildzia
NIM : 220102106
Fakultas/Prodi : Syari'ah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syari'ah
Judul : Sistem Kerja dan Pencapaian Target Sales Pada Penjualan Produk Honda Pada Pt Nusantara Sakti Lamnyong Menurut Konsep *Ijārah 'Ala Al-Amāl*
Tanggal Sidang :
Tebal Skripsi :
Pembimbing I : Dr. Iur. Chairul Fahmi, MA
Pembimbing II : Azka Amalia Jihad, M.E.I.
Kata Kunci : Sistem Kerja, Target Sales, Penjualan Produk Honda, *Ijārah 'Ala Al-Amāl*.

Penelitian ini mengkaji sistem kerja dan pencapaian target sales pada penjualan produk Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong ditinjau menurut konsep *ijārah 'ala al-amāl* dalam fiqh muamalah. PT Nusantara Sakti menerapkan sistem kerja berbasis target dengan penetapan beban kerja yang disusun secara bertahap berdasarkan masa kerja dan pengalaman tenaga sales, baik yang bertugas di dealer maupun di lapangan. Kompensasi yang diberikan meliputi gaji pokok, komisi per unit penjualan, serta insentif bulanan apabila target tertentu tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem kerja tenaga sales, penetapan beban dan target kerja, serta realisasi pencapaian target penjualan produk Honda dalam perspektif akad *ijārah 'ala al-amāl*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis, melalui wawancara dengan pihak manajemen dan tenaga sales serta dokumentasi pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem kerja di PT Nusantara Sakti telah disusun secara terstruktur dan berjenjang, disertai mekanisme evaluasi rutin, pelatihan kerja, serta pemberian komisi dan insentif sebagai bentuk penghargaan atas kinerja sales. Tingkat pencapaian target penjualan secara umum berada pada kisaran 80% dari target yang ditetapkan. Ditinjau dari konsep *ijārah 'ala al-amāl*, sistem kerja tersebut pada dasarnya diperbolehkan karena telah memenuhi unsur kejelasan pekerjaan, manfaat jasa, dan imbalan. Namun demikian, masih diperlukan penyempurnaan, khususnya terkait kejelasan akad kerja secara tertulis serta kesesuaian antara beban kerja dan kompensasi, agar selaras dengan prinsip keadilan dan kepastian akad dalam hukum ekonomi syari'ah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucap Alhamdulillah beserta syukur kepada Allah SWT karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini sebagaimana mestinya. Sholawat beserta salam kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW beserta para sahabatnya, yang mana oleh beliau telah membawa cahaya kebenaran yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan mengajarkan manusia tentang etika serta akhlakul karimah sehingga manusia dapat hidup berdampingan secara dinamis dan ketentraman.

Dengan segala kelemahan dan kekurangan penulis akhirnya dapat menyelesaikan sebuah karya ilmiah dengan judul **“Sistem Kerja dan Pencapaian Target Sales Pada Penjualan Produk Honda Pada Pt Nusantara Sakti Lamnyong Menurut Konsep *Ijārah ‘Ala Al-Amāl*”**. Penulisan karya ilmiah ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga dalam penyusunan skripsi penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak:

1. Bapak Dr. Iur. Chairul Fahmi, MA, selaku Pembimbing I sekaligus Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syari’ah, yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga terlaksananya penulisan skripsi ini, penulis merasakan begitu besar jasa beliau.
2. Ibu Azka Amalia Jihad, M.E.I., selaku Pembimbing II sekaligus Sekretaris Prodi Hukum Ekonomi Syari’ah, yang telah banyak meluangkan waktu dan idenya dalam membimbing penulisan skripsi ini sehingga penulis bisa memberikan yang terbaik.

3. Bapak Prof. Dr. Kamaruzzaman, M.Sh. selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum, Bapak Dr. Hasnul Arifin Melayu, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan I, Ibu Prof. Dr. Soraya Devy, M.A. selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Prof. Dr. Ali Abu Bakar, M.A. selaku Wakil Dekan III, atas kepemimpinan, pembinaan, dan pelayanan akademik yang telah diberikan kepada mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum.
4. Ibu Yenni Sri Wahyuni, S.H., M.H. selaku Dosen Penasehat Akademik, atas perhatian, arahan, dan pendampingan akademik yang diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan, sehingga penulis dapat menjalani proses perkuliahan dengan tertib dan terarah.
5. Teristimewa kepada kedua orang tua yang berjasa dalam hidup saya, Ayah Prof. Dr. H. Muhammad Maulana, M.Ag dan Ibu Erliyana, S.T. terima kasih atas kepercayaan yang telah memberi izin merantau dari kalian, serta pengorbanan, do'a, cinta, kasih sayang, motivasi, semangat dan nasehat. Serta kepada cinta kasih ketiga saudara-saudara saya yaitu abang dan adik-adik saya Faza, Wilfan, dan Azel yang selalu menjadi penyemangat. Tidak lupa pula kepada kakek dan nenek tercinta yang senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang, dan menjadi teladan dalam keteguhan hati. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan Aamin.
6. Seluruh dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan akademik selama masa perkuliahan.

7. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan kajian hukum, khususnya dalam bidang hukum sumber daya alam dan kepatuhan hukum pelaku usaha.

Banda Aceh, 21 Januari 2026

Penulis,

Ayrin Sazwa Fildzia



TRANSLITERASI ARAB LATIN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia

Nomor: 128 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/U/1987

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alīf	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan	ط	ṭā'	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ب	Bā'	B	Be	ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Tā'	T	Te	ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)

ث	Śa'	Ś	es (dengan titik di atas)	غ	Gain	G	Ge
ج	Jīm	J	Je	ف	Fā'	F	Ef
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)	ق	Qāf	Q	Ki
خ	Khā'	Kh	ka dan ha	ك	Kāf	K	Ka
د	Dāl	D	De	ل	Lām	L	El
ذ	Zāl	Z	zet (dengan titik di atas)	م	Mūm	M	Em
ر	Rā'	R	Er	ن	Nūn	N	En
ز	Zai	Z	Zet	و	Wau	W	We
س	Sīn	S	Es	ه	Hā'	H	Ha
ش	Syīn	Sy	es dan ye	ء	Hamzah	'	Apostrof
ص	Śād	Ś	es (dengan titik di bawah)	ي	Yā'	Y	Ye
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)				

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	<i>fathah</i>	A	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I	I
◌ُ	<i>ḍammah</i>	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama huruf	Gabungan huruf	Nama
...يَ	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
...وَ	<i>fathah dan wāu</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	-kataba	سُئِلَ	-su'ila
كَيْفَ	-kaifa	هَوَّلَ	-hauila
فَعَلَ	-fa'ala	ذَكَرَ	-ḏukira
يَذْهَبُ	-yazhabu		

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...اَ...يَ	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
...يِ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
...وُ	<i>ḍammah dan wāu</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	-qāla	رَمَى	-ramā
قِيلَ	-qīla	يَقُولُ	-yaqūlu

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua:

1) *Tā' marbūṭah* hidup

Tā' marbūṭah yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah 't'.

2) *Tā' marbūṭah* mati

Tā' marbūṭah yang mati atau mendapat harakat yang sukun, transliterasinya adalah 'h'.

3) Kalau dengan kata yang terakhir adalah *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	-raud ah al-atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	-al-Madīnah al-Munawwarah
طَلْحَة	-ṭalhah

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *Syaddah* atau *tasydīd*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا	-rabbanā	نَزَّلَ	-nazzala
الْبِرُّ	-al-birr	الْحَجَّ	-al-ḥajj
نُعِمُّ	-nu 'ima		

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu (ال), namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah* ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	-ar-rajulu	السَّيِّدَةُ	-as-sayyidatu
الشَّمْسُ	-asy-syamsu	الْقَلَمُ	-al-qalamu
الْبَدِيعُ	-al-badī'u	الْخَلَالُ	-al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	-ta' khuzūna	النَّوْءُ	-an-nau'
سَيِّئٌ	-syai'un	إِنَّ	-inna
أَمِرْتُ	-umirtu	أَكَلَ	-akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	- <i>Wa inna Allāh lahuwa khair ar-rāziqīn</i>
فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	- <i>Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn</i>
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	- <i>Fa auf al-kaila wa al-mīzān</i>
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	- <i>Fa auful-kaila wal- mīzān</i>
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ	- <i>Ibrāhīm al-Khalīl</i>
مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	- <i>Ibrāhīmul Khalīl</i>
	- <i>Bismillāhi majrahā wa mursāh</i>
	- <i>Wa lillāhi ‘ala an-nāsi ḥijju al-baiti</i>
	- <i>Man istaṭā‘a ilahi sabīla</i>

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	- <i>Wa mā Muhammadun illā rasul</i>
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وَّضِعَ لِلنَّاسِ	- <i>Inna awwala baitin wuḍ i‘a linnāsi</i>
لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكَةً	- <i>lallaẓī bibakkata mubārakkan</i>
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	- <i>Syahrū Ramaḍān al-lazī unzila fīh al</i>
	<i>Qur’ānu</i>

وَلَقَدْ رَآهُ بِأَلْفِ الْمُبِينِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

-Syahru Ramaḍ ānal-laẓi unẓila fīhil
qur'ānu

-Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn

-Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīni

-Alhamdu lillāhi rabbi al-'ālamīn

-Alhamdu lillāhi rabbil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرُ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

-Nasrun minallāhi wa fathun qarīb

-Lillāhi al-amru jamī'an

-Wallāha bikulli syai'in 'alīm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Catatan:

Modifikasi

- 1) Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasinya seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.

Contoh: Ṣamad Ibn Sulaimān.

- 2) Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrūt; dan sebagainya.
- 3) Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* tidak ditransliterasikan. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : SK Penetapan Pembimbing Skripsi	67
Lampiran 2 : Surat Permohonan Melakukan Penelitian	68
Lampiran 3 : Protokol Wawancara 1	69
Lampiran 4 : Protokol Wawancara 2	70
Lampiran 5 : Dokumentasi Wawancara	71



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SIDANG.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
DAFTAR ISI	xvii
BAB SATU PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Penjelasan Istilah.....	11
E. Kajian Pustaka.....	14
F. Metode Penelitian.....	21
G. Sistematika Pembahasan	26
BAB DUA KONSEP IJĀRAH ‘ALA AL-‘AMĀL DAN TARGET KERJA MENURUT FIQH MUAMALAH	28
A. Pengertian Akad <i>Ijārah ‘Ala Al-Amāl</i> dan Dasar Hukumnya .	28
1. Pengertian Akad <i>Ijārah ‘Ala Al-Amāl</i>	28
2. Dasar Hukum Akad <i>Ijārah ‘Ala Al-Amāl</i>	31
B. Rukun dan Syarat <i>Ijārah ‘Ala Al-Amāl</i>	35
1. Rukun akad <i>Ijārah ‘Ala Al-Amāl</i>	35
2. Syarat akad <i>Ijārah ‘Ala Al-Amāl</i>	38
C. Pendapat Fuqaha Tentang Akad <i>Ijārah ‘Ala Al-Amāl</i> dan Keabsahannya Sebagai Transaksi Kerja.....	41
D. Sistem Upah Atas Pencapaian Target Dalam Akad <i>Ijārah ‘Ala Al-Amāl</i>	45

E. Risiko dan Tanggungjawab Para Pihak Dalam Implementasi Akad <i>Ijārah ‘Ala Al-Amāl</i>	46
BAB TIGA KEPATUHAN PELAKSANAAN KERJA DAN PENCAPAIAN TARGET PENJUALAN SALES DI PT NUSANTARA SAKTI LAMNYONG MENURUT KONSEP <i>IJĀRAH ‘ALA AL- ‘AMĀL</i>	51
A. Gambaran Umum tentang PT Nusantara Sakti	51
B. Penetapan Beban Kerja dan Target Penjualan Produk Oleh Manajemen PT Nusantara Sakti	53
C. Realisasi dan Evaluasi Target Penjualan Produk Honda Oleh Tenaga <i>Sales</i>	55
D. Analisis Sistem Kerja dan Pencapaian Target Sales Pada PT Nusantara Sakti Menurut Konsep <i>Ijārah ‘Ala Al- ‘Amāl</i>	58
BAB EMPAT PENUTUP	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	72

BAB SATU PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Akad *ijārah ‘ala al-amāl* merupakan bentuk perjanjian kerja yang dilakukan oleh pihak *ajir* dan *musta’jir* untuk objek tertentu dalam bentuk pekerjaan maupun jasa dengan konsekuensi tertentu dalam bentuk imbalan. lazimnya dalam akad *ijārah ‘ala al-amāl* ini pihak pekerja menawarkan jasa baik dalam bentuk tenaga, keahlian *soft skill* maupun *hard skill* yang dibutuhkan oleh pihak lain, baik dalam bentuk kemampuan intelektual, keterampilan teknis, maupun keduanya. Jasa tersebut diberikan dengan ketentuan spesifikasi tertentu, dalam jangka waktu yang telah disepakati, dan dengan nilai upah yang ditentukan berdasarkan kesepakatan dalam akad. Melalui akad ini, kedua belah pihak dapat menetapkan kualitas serta kuantitas jasa yang diberikan, sekaligus menentukan besaran kompensasi finansial yang harus dibayarkan oleh pengguna jasa kepada pemberi jasa.

Ulama mazhab telah memberikan pendapat yang berbeda terhadap konsep *ijārah ‘ala al-amāl*. Adapun Imam Abu Hanifah berpendapat bahwa *ijārah ‘ala al-amāl* sebagai transaksi terhadap akad dengan manfaat yang disertai imbalan berupa harta.¹ Pendapat Imam Abu Hanifah ini masih bersifat umum, karena nilai manfaat yang dimaksudkan dalam transaksi *ijārah ‘ala al-amāl* tersebut dapat berupa manfaat pada benda maupun pada jasa, *skill* dan lain-lain.

Sedangkan Imam Malik berpendapat bahwa *ijārah ‘ala al-amāl* sebagai pemberian suatu jasa, tenaga ataupun *skill* tertentu yang disertai dengan imbalan, begitu juga dengan Imam Ahamad bin Hambal.² Menurut pendapat Imam Maliki objek yang dimaksud dalam akad *ijārah ‘ala al-amāl* ini memiliki jangka waktu

¹ Nasroen Harun, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2009), hlm. 228.

² *Ibid.*, hlm. 228

yang jelas dan disertai upah atau *fee* yang sesuai dengan kesepakatan diawal antara *ajir* dengan *musta'jir*.

Dalam lingkup Imam Syafi'i *ijārah 'ala al-amāl* sebagai akad suatu manfaat yang bermaksud tertentu, mubah, dapat didermakan dan kebolehan dengan imbalan tertentu. Menurut Imam Syafi'i tentang akad *ijārah 'ala al-amāl* ini suatu perjanjian kerja sama dalam bentuk kesepakatan sewa-menyewa jasa atau benda yang bisa dimanfaatkan. Dalam hal ini, mazhab Syafi'i menentukan bahwa *ijārah 'ala al-amāl* sebagai akad mengambil manfaat atas suatu jasa, tenaga, *skill* dalam waktu tertentu dengan nilai upah yang harus disepakati pada saat akad dilakukan para pihak.

Ahmad Ibn Hanbal menyatakan bahwa *ijārah 'ala al-amāl* merupakan akad yang digunakan untuk objek jasa atau pekerjaan tertentu yang diberikan memiliki manfaat yang jelas, dilakukan dalam jangka waktu tertentu, dan disertai dengan imbalan atau upah yang telah disepakati sejak awal antara *ajir* dan *musta'jir*. Menurut Imam Ahmad, akad ini termasuk bentuk *mu'āmalah* yang dibolehkan dalam Islam selama tidak mengandung unsur penipuan, ketidakjelasan, ataupun riba, serta objek jasa yang ditransaksikan adalah sesuatu yang mubah dan dapat dimanfaatkan secara syar'i.

Pada akad *ijārah 'ala al-amāl* ini, spesifikasi pekerjaan yang akan dilakukan oleh pihak pekerja harus sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh pihak pengguna pekerja tersebut. Secara spesifik para fuqaha telah menjelaskan tentang konsep *ijārah 'ala al-amāl* ini sebagai transaksi berbasis profitabilitas tertentu tergantung dari bentuk pekerjaan dan *skill* untuk menghasilkan pekerjaan tersebut. Untuk itu kesepakatan terhadap bentuk kerja harus dijelaskan secara spesifik pada saat akad dilakukan. Hal tersebut harus dilakukan secara pasti karena akan mempengaruhi bentuk dan kualitas kerja yang dihasilkan, bahkan sering sekali risiko akan muncul mulai dari proses persiapan pekerjaan, pelaksanaan pekerjaan dan bahkan pada hasil pekerjaan yang akan dicapai baik risiko yang dapat diperkirakan (*anticipated*) ataupun risiko yang tidak dapat

diperkirakan (*unanticipated*) yang menimbulkan dampak negatif pada keberhasilan kegiatan yang diselenggarakan.³ Risiko-risiko tersebut tidak dapat dihindari, meskipun begitu risiko yang terjadi masih dapat dikelola dan dikendalikan sehingga dapat meminimalisir dampak dari risiko tersebut.⁴

Dalam dunia kerja modern, pencapaian target menjadi salah satu indikator utama dalam menilai kinerja karyawan, termasuk dalam sistem kerja berdasarkan akad *ijārah ‘ala al-amāl*. Akad ini merupakan bentuk kontrak kerja dalam perspektif fiqh muamalah, secara kontraktual, pihak pekerja (*ajir*) memberikan jasa kepada pihak pemberi kerja (*musta'jir*) yang harus membayar dengan imbalan tertentu yang telah disepakati pada saat awal akad dilakukan. Dalam konteks pencapaian target, khususnya dalam bidang pemasaran atau penjualan, target yang ditetapkan sering kali menjadi tolak ukur dalam evaluasi kerja, pemberian insentif, atau perpanjangan kontrak kerja. Oleh karena itu, penting untuk memahami tentang pencapaian target pada pemasaran dan penjualan produk agar selaras dengan prinsip-prinsip akad *ijārah ‘ala al-amāl*, sehingga tidak terjadi ketimpangan antara hak dan kewajiban antara kedua belah pihak serta tetap sesuai dengan nilai-nilai keadilan dalam syariat Islam.⁵

Dalam pemasaran dan penjualan produk, seperti produk kendaraan bermotor merek Honda, penerapan akad *ijārah ‘ala al-amāl* menjadi relevan sebagai bentuk kontrak kerja yang berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Pekerja (*ājir*) seperti tenaga *sales*, *marketing executive*, maupun staf *dealer* yang bertugas memasarkan produk Honda pada PT. Nusantara Sakti dapat diberikan tugas berdasarkan kesepakatan kerja yang mencakup target penjualan tertentu, spesifikasi tugas, dan jangka waktu pelaksanaan kerja.

³Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2004), hlm. 255

⁴Any Nugroho, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Aswaja Presindo, 2015), hlm. 8.

⁵Wahbah Al-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuh*, Jilid 4 (Beirut: Dar al-Fikr, 1985), hlm. 761.

Sesuai prinsip akad *ijārah*, upah pokok (*ujrah*) yang diberikan harus jelas dan ditetapkan di awal akad, baik dalam bentuk gaji tetap, maupun sistem bagi hasil (*profit sharing*) atau gabungan dari keduanya.⁶ Selain itu, sistem *reward* atau bonus yang diberikan berdasarkan pencapaian target juga dibolehkan dalam perspektif fuqaha sesuai dengan kesepakatan yang dibuat dalam akad. Hal inilah yang menjadi fokus kajian dalam skripsi ini, untuk menelaah lebih spesifik tentang ketentuan kerja yang diterapkan oleh *dealer* resmi Honda seringkali memberikan bonus tambahan berupa komisi penjualan, insentif bulanan, atau bahkan *reward* non-finansial seperti hadiah barang, maupun penghargaan khusus bagi pekerja berprestasi. Hal ini dapat diterima dalam *ijārah ‘ala al-amāl*, selama semua bentuk kompensasi tersebut tidak bersifat spekulatif, transparan dalam penetapan kriteria pencapaiannya, serta tidak melanggar prinsip keadilan dan kerelaan antar pihak (*riḍa bi al-tarāḍī*).⁷

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari pihak manajemen PT Nusantara Sakti Lamnyong Kec. Darussalam bahwa sistem penetapan target penjualan bagi tenaga *sales* sebagai garda terdepan pada pemasaran berbagai produk Honda dilakukan secara bertahap berdasarkan masa kerja karyawan. Penetapan target ini dilakukan untuk memberi kesempatan kepada pihak pekerja untuk lebih adaptatif terhadap sistem dan lingkungan kerja di PT Nusantara Sakti Lamnyong dalam memasarkan berbagai produk dari pabrikan Honda yang berpusat di Karawang pada PT Astra Honda Motor (AHM).⁸

Secara detail, sistem kerja yang menjadi target pencapaian pihak *sales* dalam penjualan produknya didasarkan pada *timing* yang ditetapkan dalam priode

⁶ Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 247-249.

⁷ Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Jilid 5, (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 645

⁸ Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, pada tanggal 4 Mei 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh

kerja didasarkan daur bulanan. Bagi tenaga *sales* internal yang bertugas di *dealer*, target penjualan ditetapkan sebesar 8 unit motor per bulan pada masa kerja 2 hingga 3 bulan. Kemudian, target meningkat menjadi 12 unit per bulan pada bulan ke-4 hingga ke-9, dan 15 unit pada bulan ke-10 hingga ke-12. Setelah melewati masa kerja 12 bulan, target minimal yang ditetapkan adalah 20 unit motor per bulan. Sementara itu, untuk tenaga *sales* lapangan, pada masa kerja 2 hingga 3 bulan ditargetkan menjual 2 unit per bulan, meningkat menjadi 3 unit pada bulan ke-4, 4 unit pada bulan ke-5, dan 6 unit per bulan untuk masa kerja lebih dari 6 bulan. Saat ini, jumlah tenaga *sales* yang bertugas di *dealer* berjumlah tiga orang. Pola penetapan target ini menunjukkan adanya sistem kerja yang terstruktur dan berjenjang, yang disesuaikan dengan tingkat pengalaman serta kemampuan masing-masing tenaga kerja.⁹

Terkait dengan realisasi pencapaian target yang ditetapkan oleh perusahaan, diketahui bahwa tenaga *sales* di lapangan mampu mencapai target secara konsisten sebesar 80%. Persentase ini menunjukkan tingkat keberhasilan yang cukup stabil dalam memenuhi beban kerja yang telah ditentukan. Sementara itu, untuk tenaga *sales* yang bertugas di *dealer*, rata-rata pencapaian target dalam kurun waktu satu tahun juga berada pada angka 80% dari total target yang telah ditetapkan. Data ini memberikan gambaran bahwa baik tenaga *sales* lapangan maupun *dealer* memiliki tingkat pencapaian yang relatif serupa dan cukup tinggi, meskipun tantangan serta medan kerja yang dihadapi oleh keduanya berbeda.¹⁰

Perusahaan memberikan dua bentuk reward kepada tenaga *sales* yang menunjukkan kinerja baik, yaitu komisi dan insentif. Komisi diberikan untuk setiap unit yang berhasil dijual, dan dibayarkan satu hari setelah transaksi disetujui. Sistem ini mendorong motivasi harian karena hasil kerja langsung dihargai. Sementara itu, insentif dihitung dari total penjualan selama satu bulan. Pencairannya bersifat selektif, tergantung pada apakah tenaga *sales* berhasil

⁹ *Ibid*

¹⁰ *Ibid*

memenuhi target bulanan yang telah ditetapkan. Jika target tercapai, insentif diberikan di akhir periode; sebaliknya, jika tidak memenuhi, maka insentif tersebut tidak dibayarkan.

Proses evaluasi kinerja tenaga *sales* di PT Nusantara Sakti dilakukan melalui beberapa mekanisme yang telah terstruktur. Salah satu metode utama yang diterapkan adalah sistem monitoring harian yang dilakukan melalui portal internal perusahaan. Setiap hari, perusahaan memantau jumlah prospek yang berhasil dijangkau oleh tenaga *sales*. Dari prospek tersebut, akan tercatat berapa banyak yang menghasilkan berkas pemesanan kendaraan atau biasa disebut dengan PK (pemesan kendaraan). PK ini merupakan indikator penting dalam menilai efektivitas kerja *sales*, karena mencerminkan keberhasilan mereka dalam mengubah prospek menjadi transaksi potensial. Namun demikian, tidak semua PK dinyatakan sah atau valid. Beberapa di antaranya dapat dinyatakan tidak sah apabila misalnya pengajuan kredit dari konsumen ditolak, sehingga tidak dihitung sebagai pencapaian. PK yang sah berarti tenaga *sales* telah berhasil mengumpulkan data konsumen dan mengajukannya ke *dealer* untuk diproses lebih lanjut, apakah dapat dilanjutkan ke proses penjualan atau tidak. Proses ini menjadi bagian penting dalam evaluasi kinerja secara kuantitatif dan kualitas interaksi *sales* dengan calon pembeli.¹¹

Dukungan yang diberikan oleh PT Nusantara Sakti kepada tenaga *sales*, untuk meningkatkan performa dan mempermudah pencapaian target penjualan di antaranya dengan pelatihan (*training*), pembekalan teknis, dan pengembangan kompetensi. Tenaga *sales* baru dibekali dengan masa *training* yang dilaksanakan baik secara *online* maupun *offline*. Untuk *training offline*, tenaga *sales* dealer yang telah bekerja lebih dari tiga bulan akan didaftarkan secara resmi ke dalam jaringan Honda. Sebelum melewati masa tiga bulan, *sales* belum dapat terdaftar dalam

¹¹ Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, sebagai manajer PT Nusantara Sakti pada tanggal 4 Mei 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

sistem jaringan PT Astra Honda Motor. Setelah terdaftar secara resmi, identitas tenaga *sales* akan masuk dalam sistem jaringan, dan mereka diwajibkan mengikuti beberapa *training offline* yang dilaksanakan di Medan. Selain itu, perusahaan juga menyediakan *training online* yang diakses melalui portal internal dan rutin dilaksanakan setiap bulan. Fasilitas pembelajaran ini menunjukkan adanya perhatian perusahaan dalam membekali tenaga *sales* dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan agar dapat bersaing dan memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan.¹²

Komunikasi dan koordinasi antara tenaga *sales* dan pihak manajemen di PT Nusantara Sakti berjalan secara rutin dan terstruktur melalui kegiatan *briefing* mingguan yang dilaksanakan setiap hari Jumat. Pada minggu pertama setiap bulan, *briefing* difokuskan untuk membahas strategi penjualan yang akan diterapkan selama satu bulan ke depan, termasuk penentuan target penjualan, perencanaan kegiatan promosi, serta pembagian tugas masing-masing divisi. Sementara itu, pada minggu kedua hingga minggu keempat, *briefing* digunakan untuk mengevaluasi pencapaian kinerja. Dalam evaluasi ini dibahas persentase *achievement*, jumlah unit yang telah terjual, total akumulasi pencapaian mingguan, serta perbandingan antara target dan realisasi penjualan. Jika terdapat kekurangan atau pencapaian yang belum sesuai (*minus*), maka akan dibahas pula kendala-kendala yang dihadapi dan solusi yang dapat diambil bersama. Pola komunikasi ini menunjukkan adanya koordinasi yang berkelanjutan antara tenaga *sales* dan manajemen dalam memantau perkembangan penjualan dan menyusun langkah-langkah strategis yang lebih efektif.¹³

Tenaga *sales* menetapkan berbagai strategi dalam meningkatkan penjualan, tergantung pada inisiatif masing-masing. Ada yang memanfaatkan media sosial, atau memberikan promo yang menarik kepada pelanggan. Bentuk promosi yang sering digunakan antara lain pemberian potongan harga bagi

¹² *Ibid.*

¹³ *Ibid.*

konsumen yang bersedia memberikan uang muka lebih rendah, atau program hadiah langsung bagi pembeli unit sepeda motor merek Honda. Strategi seperti ini terbukti cukup efektif dalam meningkatkan minat pembelian serta memperkuat daya tarik produk. Di sisi lain, tenaga *sales* juga aktif menjaga hubungan baik dengan pelanggan sesudah transaksi dituntaskan. Hal ini dilakukan melalui pengingat rutin untuk servis berkala, penggantian oli, atau sekadar menanyakan apakah ada keluhan terhadap unit yang telah dibeli. Pendekatan semacam ini bertujuan untuk membangun respon yang positif, sehingga pelanggan tidak hanya merasa puas, tetapi juga cenderung loyal dan memberikan respon baik terhadap pelayanan yang diberikan oleh *sales*. Dengan demikian, strategi-strategi tersebut memberikan hasil yang positif, baik dalam peningkatan penjualan maupun dalam membangun kepercayaan pelanggan secara berkelanjutan.¹⁴

Kompensasi yang diberikan oleh PT Nusantara Sakti kepada tenaga *sales* terdiri atas berbagai bentuk, baik finansial maupun non-finansial. Secara umum, kompensasi utama meliputi gaji pokok, komisi per unit yang berhasil dijual, serta insentif bulanan berdasarkan pencapaian target. Komisi dibayarkan sehari setelah transaksi terjadi, sedangkan insentif baru diberikan apabila total penjualan bulanan memenuhi batas minimal yang telah ditentukan. Penilaian kinerja *sales* juga mengacu pada sistem *Key Performance Indicator (KPI)*, di mana capaian target minimal 80-90% dianggap sebagai hasil yang baik. Sistem *KPI* ini tidak hanya menentukan kelayakan untuk menerima insentif, tetapi juga menjadi dasar pertimbangan dalam perpanjangan kontrak kerja. *Sales* yang memiliki performa baik cenderung lebih mudah untuk melanjutkan kontrak atau naik status, misalnya dari *partnership* menjadi karyawan kontrak, atau dari kontrak menjadi pegawai tetap. Sebaliknya, bagi *sales* yang gagal memenuhi target dalam akumulasi tiga bulan, perusahaan akan melakukan evaluasi yang bisa berdampak pada pemutusan

¹⁴ Hasil wawancara dengan Ibnu Katsir sebagai sales PT Nusantara Sakti, pada tanggal 15 Mei 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

hubungan kerja, meskipun masa kontrak belum berakhir.¹⁵ Selain itu, perusahaan juga memberikan bentuk penghargaan tambahan seperti *reward tour* ke luar negeri, hadiah *smartphone*, atau peralatan elektronik lainnya bagi *sales* yang mencapai target tertentu. Bentuk-bentuk kompensasi ini menunjukkan adanya upaya perusahaan dalam memberikan apresiasi atas kinerja *sales* baik secara profesional maupun personal.¹⁶

Tantangan utama yang sering dihadapi oleh tenaga *sales* dalam mencapai target penjualan berkaitan erat dengan kondisi permintaan pasar. Salah satu kendala yang cukup signifikan adalah ketika unit kendaraan yang diminati oleh konsumen sedang tidak tersedia atau mengalami kekosongan stok. Situasi ini menjadi hambatan bagi tenaga *sales* untuk memenuhi permintaan secara langsung. Dalam kondisi seperti ini, tenaga *sales* dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi dan negosiasi yang baik, agar dapat membujuk konsumen untuk mempertimbangkan alternatif lain, yaitu unit yang tersedia (*available unit*). Kemampuan untuk mengalihkan minat konsumen dari produk yang sedang langka menuju produk pengganti yang tersedia menjadi salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki *sales* dalam menghadapi dinamika pasar. Tantangan ini menunjukkan bahwa pencapaian target tidak hanya ditentukan oleh usaha penjualan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti ketersediaan stok dan tren permintaan konsumen.¹⁷

Dari kedua informasi yang telah diperoleh melalui wawancara langsung dengan pihak manajemen dan tenaga kerja di PT Nusantara Sakti Lamnyong, dapat tergambar bahwa penetapan target dan sistem kerja yang diterapkan oleh PT Nusantara Sakti Lamnyong menunjukkan adanya struktur kerja yang terencana, bertahap, dan disertai kompensasi sesuai dengan capaian kinerja tenaga *sales*. Sistem ini juga dilengkapi dengan evaluasi rutin, pelatihan kerja, serta

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ibid.*

insentif sebagai bentuk penghargaan atas pencapaian target. Namun, dalam perspektif akad *ijārah ‘ala al-‘amāl*, sistem tersebut perlu ditinjau lebih lanjut untuk melihat sejauh mana hak dan kewajiban antara pemberi kerja dan pekerja telah terpenuhi secara adil dan sesuai prinsip syariah. Sehubungan dengan hal tersebut, diperlukan kajian mendalam mengenai bagaimana sistem kerja dan pencapaian target yang berlaku di PT Nusantara Sakti Lamnyong dapat dikaji dalam konsep akad *ijārah ‘ala al-‘amāl*, terutama dalam aspek kejelasan akad, imbal jasa, dan tanggung jawab kerja. Berdasarkan pertimbangan ini, penulis memandang penting untuk meneliti lebih lanjut hal ini secara komprehensif yang akan dituangkan dalam penelitian skripsi berjudul: **“Sistem Kerja dan Pencapaian Target Sales pada Penjualan Produk Honda pada PT Nusantara Sakti Lamnyong Menurut Konsep *Ijarah ‘Ala Al-‘Amāl*.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah penulis paparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana penetapan beban dan target kerja *sales* yang dilakukan oleh manajemen PT Nusantara Sakti Lamnyong pada penjualan produk Honda?
2. Bagaimana realisasi dan pencapaian target penjualan produk honda oleh tenaga *sales* pada PT Nusantara Sakti Lamyong?
3. Bagaimana analisis sistem kerja dan pencapaian target *sales* pada PT Nusantara Sakti Lamyong menurut konsep *ijārah ‘ala al-amāl*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Untuk mengetahui tentang penetapan beban dan target kerja *sales* yang dilakukan oleh manajemen PT Nusantara Sakti Lamnyong pada penjualan produk Honda.

2. Untuk mengkaji tentang realisasi dan pencapaian target penjualan produk honda oleh tenaga *sales* pada PT Nusantara Sakti Lamyong.
3. Untuk menganalisis tentang sistem kerja dan pencapaian target *sales* pada PT Nusantara Sakti Lamyong menurut konsep *ijārah ‘ala al-amāl*.

D. Penjelasan Istilah

Guna menghindari kesalahpahaman serta mempermudah penulis dalam memahami substansi penelitian ini, penulis akan memberikan penjelasan terhadap beberapa istilah yang terdapat dalam judul penelitian. Dengan penjelasan tersebut, akan lebih mudah untuk memahami variabel penelitian secara jelas dan terfokus. Adapun istilah-istilah yang akan dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. Sistem kerja

Kata sistem dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah perangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas.¹⁸ Adapun kata kerja dalam kamus besa Bahasa Indonesia merupakan kegiatan melakukan sesuatu, yang dilakukan (diperbuat).¹⁹ Jadi, sistem kerja adalah serangkaian aktifitas yang dipadukan untuk menghasilkan suatu benda atau jasa yang menghasilkan kepuasan pelanggan atau keuntungan perusahaan.

Sistem kerja yang penulis maksud dalam skripsi ini adalah Sistem kerja yang penulis maksud dalam skripsi ini yaitu serangkaian aktivitas yang terstruktur dan saling berkaitan dalam proses penjualan produk Honda oleh tenaga penjual di PT Nusantara Sakti Lamnyong.

2. Pencapaian Target Sales

Kata pencapaian dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti hasil yang telah dicapai atau diperoleh dari suatu usaha atau kegiatan yang

¹⁸ kbbi.web.id, Arti kata Sistem dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses melalui situs: <https://kbbi.web.id/sistem> pada tanggal 19 mei 2025/14:56 WIB

¹⁹ kbbi.web.id, Arti kata Sistem dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses melalui situs: <https://kbbi.web.id/kerja> pada tanggal 19 mei 2025/14:56 WIB.

dilakukan dengan sungguh-sungguh.²⁰ Sementara itu, kata target dalam KBBI diartikan sebagai sasaran atau tujuan yang hendak dicapai dalam suatu kegiatan tertentu.²¹ Adapun istilah sales berasal dari bahasa Inggris yang berarti penjualan, yaitu kegiatan menjual barang atau jasa kepada konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan.²²

Pencapaian target sales dapat diartikan sebagai hasil yang diperoleh oleh tenaga penjual dalam usahanya memenuhi sasaran atau jumlah penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Dalam konteks skripsi ini, pencapaian target sales yang dimaksud adalah sejauh mana tenaga penjual di PT Nusantara Sakti Lamnyong mampu memenuhi atau melampaui jumlah penjualan produk Honda yang telah ditentukan dalam sistem kerja yang berlaku, baik dalam jangka waktu harian, mingguan, maupun bulanan.

3. Penjualan Produk Honda

Istilah penjualan dalam konteks pemasaran dijelaskan sebagai suatu kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar tertarik melakukan pembelian melalui pendekatan yang sistematis dan terencana.²³

Produk dapat dipahami sebagai segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar dengan tujuan untuk dikonsumsi, digunakan, atau diperhatikan oleh konsumen sebagai upaya memenuhi kebutuhan maupun keinginannya.²⁴ Sementara itu, Honda merupakan merek dari perusahaan otomotif

²⁰ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi V (Jakarta: Kemdikbud, 2016), hlm. 875.

²¹ *Ibid.*

²² *Oxford Learner's Dictionary*, "Sales", diakses pada tanggal 21 Mei 2025.

²³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Revisi (Yogyakarta: Andi, 2019), hlm. 233.

²⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 17th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2018), hlm. 28.

internasional yang dikenal memproduksi kendaraan berkualitas, terutama sepeda motor dan mobil, dan telah memiliki jaringan distribusi resmi di berbagai negara, termasuk Indonesia.²⁵

Dengan demikian, penjualan produk Honda dapat dimaknai sebagai rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh tenaga penjual dalam menjual kendaraan bermotor merek Honda kepada konsumen melalui pendekatan promosi, presentasi produk, pelayanan langsung, dan proses transaksi. Dalam konteks penelitian ini, penjualan produk Honda merujuk pada seluruh proses kerja tenaga sales di PT Nusantara Sakti Lamnyong, mulai dari mengenalkan produk, menawarkan keunggulan, membangun hubungan dengan pelanggan, hingga memastikan terjadinya transaksi penjualan. Proses ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan individu dalam mencapai target, tetapi juga menjadi bagian penting dari strategi pemasaran perusahaan dalam mempertahankan daya saing di pasar.

4. *Ijārah ‘Ala Al-‘Amāl*

Ijārah berasal dari kata *al-ajru*, yang secara bahasa berarti *al-iwadh* (upah atau ganti). Sedangkan menurut istilah *ijarah* adalah salah satu bentuk kegiatan muamalah dalam memenuhi keperluan hidup manusia, seperti sewa-menyewa, kontrak, dan lain sebagainya.²⁶ *‘Ala al-‘amāl* adalah *ijarah* yang bersifat pekerjaan, yaitu dengan cara memperkerjakan seseorang untuk melakukan pekerjaan. *Ijārah ‘ala ala’māl* merupakan suatu akad sewa-menyewa yang bersifat jasa dan pekerjaan.

Adapun *ijārah ala al-‘amāl* yang dimaksud dalam penulisan ini merujuk pada kontrak kerja antara dua pihak sebagaimana diterapkan di PT Nusantara Sakti Lamnyong menurut konsep *ijārah ala al-‘amāl*, di mana sales bertugas memasarkan produk, sementara perusahaan memberikan imbalan

²⁵ Alma, Buchari, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 95.

²⁶ Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, Cet. Ke-2 (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 228.

berupa gaji dan insentif berdasarkan pencapaian target yang telah ditetapkan.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ialah bagian yang penting dan diperlukan yang harus dimuatkan dalam setiap penelitian karya ilmiah yang dilakukan, untuk menghindari plagiasi serta duplikasi tidak terjadi pengulangan sehingga orisinalitas dan validitas data dapat dipertanggung jawabkan. Penelitian ini membahas “Sistem Kerja Dan Pencapaian Target *Sales* Pada Penjualan Produk Honda Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong Menurut Konsep *Ijârah 'Ala Al-'Amâl*” (Suatu Penelitian Pada PT. Nusantara Sakti Lamnyong, Banda Aceh). Diantara penelitian yang telah ditulis oleh peneliti sebelumnya yang hampir sama dengan penelitian ini diantaranya:

Pertama, penelitian yang disusun oleh Dicky Okta Zulkifli mahasiswa Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada Tahun 2022 tentang *sistem kerja dalam pencapaian target penjualan di alfamart kota Bengkulu perspektif hukum ekonomi syariah*. Skripsi ini membahas tentang sistem kerja dalam pencapaian target penjualan di Alfamart Kota Bengkulu serta tinjauannya menurut Hukum Ekonomi Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik kontrak kerja dan pelaksanaan target penjualan di Alfamart serta sejauh mana kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip akad ijarah dalam hukum Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem kerja di Alfamart pada dasarnya menggunakan kontrak kerja yang sesuai dengan prinsip ijarah, yaitu adanya imbalan (upah) atas jasa yang dilakukan. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan ketidaksesuaian dengan hukum ekonomi syariah, seperti pemberlakuan kebijakan lembur dan tambahan target kerja yang tidak tercantum dalam kontrak awal, serta ketidakjelasan dalam pembayaran upah lembur. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara akad telah sesuai, pelaksanaan di lapangan masih perlu disesuaikan dengan prinsip keadilan dan

kepastian dalam hukum Islam.²⁷

Perbedaan penelitian Dicky Okta Zulkifli dengan riset penulis yaitu terletak pada objek dan pendekatan pembahasannya. penelitian Dicky Okta Zulkifli membahas tentang sistem kerja dalam pencapaian target penjualan di Alfamart Kota Bengkulu dengan pendekatan yang lebih umum, yakni dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah secara menyeluruh, termasuk dalam hal kontrak kerja dan pelaksanaan kebijakan di luar kontrak. Sementara itu, penelitian penulis mengkaji sistem kerja dan pencapaian target sales pada penjualan produk Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong dengan menggunakan konsep *ijârah 'ala al-'amâl*, yaitu bentuk akad kerja berdasarkan jasa menurut perspektif fikih muamalah. Selain itu, jenis perusahaan yang diteliti juga berbeda, yang satu adalah perusahaan otomotif, sementara yang lainnya adalah retail minimarket.

Persamaan antara kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas sistem kerja dan hubungannya dengan pencapaian target penjualan, serta keduanya menggunakan perspektif syariah dalam menilai kesesuaian praktik kerja yang dilakukan. Keduanya juga menyoroti aspek akad atau kontrak kerja serta keadilan dalam pemberian upah sebagai bagian penting dalam sistem kerja yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Kedua, penelitian yang disusun oleh Nur M Rabbani mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim pada Tahun 2019 tentang *pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan dalam pencapaian penjualan menurut ekonomi islam (studi kasus pada PT Agung Toyota cabang takuk Kuantan Kabupaten Akuantan Singing)*. Skripsi ini membahas tentang pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan dalam pencapaian target penjualan di PT Agung Toyota Cabang Taluk Kuantan serta bagaimana tinjauan

²⁷ Dicky Okta Zulkifli, "Sistem Kerja Dalam Pencapaian Target Penjualan di Alfamart Kota Bengkulu Perspektif Hukum Ekonomi Syariah", *Skripsi*, (Bengkulu: Fakultas Syari'ah Universita Islam Negeri Fatmawati Sukarno, 2022)

ekonomi Islam terhadap motivasi kerja tersebut. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana motivasi yang diberikan oleh pimpinan perusahaan mampu mendorong peningkatan kinerja karyawan, serta menilai apakah motivasi dan kinerja tersebut sesuai dengan nilai-nilai dalam ajaran Islam.²⁸

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja memiliki pengaruh sebesar 47,5% terhadap kinerja karyawan dalam mencapai target penjualan. Artinya, meskipun pimpinan sudah memberikan motivasi berupa bonus, penghargaan, dan kenaikan pangkat, namun belum sepenuhnya berdampak maksimal terhadap pencapaian target penjualan. Selain itu, motivasi kerja karyawan PT Agung Toyota Cabang Taluk Kuantan sudah mencerminkan nilai-nilai keislaman seperti tanggung jawab, disiplin, amanah, dan pemanfaatan waktu kerja sebagaimana dijelaskan dalam teori Muafik Saleh dan teori Mursi dan Wibisono. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara nilai-nilai Islam, motivasi kerja dan kinerja karyawan sudah berada pada jalur yang benar, namun masih perlu adanya strategi tambahan agar pencapaian target penjualan dapat lebih optimal.

Perbedaan antara penelitian Nur M Rabbani dengan penelitian penulis terletak pada fokus objek dan pendekatan kajiannya. Penelitian Nur M Rabbani fokus pada pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan dalam pencapaian penjualan menurut sudut pandang ekonomi Islam secara umum. Sedangkan Penelitian penulis meneliti tentang sistem kerja dan pencapaian target sales pada penjualan produk Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong dengan menggunakan pendekatan konsep *ijârah 'ala al-'amâl*, yang merupakan konsep kerja dalam hukum Islam. Dengan demikian, objek dalam penelitian pertama lebih menitikberatkan pada sistem kerja dan akad ijarah, sementara penelitian penulis menitikberatkan pada aspek motivasi kerja.

²⁸ Nur M Rabbani “Pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan dalam pencapaian penjualan menurut ekonomi islam (studi kasus pada PT Agung Toyota cabang takuk Kuantan Kabupaten Akuantan Singing)”, *Skripsi* (Riau: Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2019)

Persamaan antara kedua penelitian tersebut yaitu sama-sama menyoroti kinerja karyawan dalam kaitannya dengan pencapaian penjualan dan keduanya menggunakan perspektif ekonomi Islam sebagai landasan analisis. Selain itu, kedua penelitian dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk kendaraan bermotor, sehingga memiliki konteks industri yang serupa.

Ketiga, penelitian yang disusun oleh Hasriani mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makasar, pada Tahun 2018 tentang *Analisis Sistem Penjualan Kendaraan Bermotor Pada Kantor CV. Mitra Angkasa Jaya Utama (Maju) Kabupaten Gowa*. Skripsi ini membahas tentang sistem penjualan kendaraan bermotor pada kantor CV Mitra Angkasa Jaya Utama (Maju) Kabupaten Gowa, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana sistem penjualan yang diterapkan, serta bagaimana pengaruh sistem tersebut terhadap pencapaian target penjualan kendaraan bermotor khususnya merek Honda. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi yang berkaitan dengan sistem penjualan yang berlaku di perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penurunan penjualan kendaraan bermotor setiap tahunnya sistem tersebut masih menggunakan metode manual dalam pencarian data arsip penjualan, yang berdampak pada lambatnya proses kerja dan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, diperlukan penggantian sistem lama dengan sistem berbasis komputer yang memiliki spesifikasi tinggi, agar proses pengolahan data dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien sehingga diharapkan mampu meningkatkan kembali pencapaian target penjualan perusahaan.²⁹

²⁹ Hasriani “Analisis Sistem Penjualan Kendaraan Bermotor pada Kantor CV. Mitra Angkasa Jaya Utama (Maju) Kabupaten Gowa”, *Skripsi* (Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018)

Perbedaan penelitian Hasriani antara dengan riset penulis terletak pada fokus kajian dan pendekatan analisis yang digunakan. Penelitian Hasriani lebih fokus pada analisis sistem penjualan secara umum dengan pendekatan deskriptif kualitatif, tanpa menggunakan perspektif hukum Islam. Sedangkan dalam penelitian penulis lebih menitikberatkan pada sistem kerja dan pencapaian target penjualan yang dikaji dalam perspektif hukum Islam, khususnya menggunakan konsep *ijârah 'ala al-'amâl*. Adapun persamaan dari kedua penelitian ini pada pembahasan tentang sistem penjualan kendaraan bermotor merek Honda dan bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas penjualan serta pencapaian target dalam lingkungan perusahaan tertentu.

Keempat, penelitian yang disusun oleh Rinanda Suci Syahfitri, Cristin Melani Br Ambarita, Raihanah Yumni, Fitria Anisa Putri, Dina Sarah Syahreza, Aprinawati mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan pada Tahun 2024 tentang *Analisis Kinerja Tim Terhadap Target Penjualan Pada Karyawan Toko Pioneer Mmtc Medan*. Jurnal ini membahas tentang kinerja tim penjualan dalam mencapai target toko pioneer ponsel mmtc medan serta faktor-faktor yang memengaruhinya, baik dari aspek internal seperti kemampuan dan karakteristik karyawan, maupun eksternal seperti strategi organisasi dan sistem penghargaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa target penjualan ditentukan berdasarkan pencapaian bulan sebelumnya dan program pelatihan seperti *product knowledge* serta *role-play* berperan penting dalam meningkatkan motivasi dan performa tim. Kepemimpinan juga dinilai berperan besar dalam menciptakan budaya kerja yang positif. Namun, tantangan terbesar adalah menyeimbangkan antara pencapaian target dan kesejahteraan karyawan. Sistem *reward* dinilai efektif, sedangkan sistem punishment perlu transparansi dan konsistensi agar mampu mendorong

kinerja secara lebih adil.³⁰

Terdapat perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian penulis, yaitu pada fokus kajiannya. Penelitian tentang karyawan toko pioneer ponsel mmtc medan membahas analisis kinerja tim dalam pencapaian target penjualan, berdasarkan faktor internal dan eksternal, serta pendekatannya bersifat umum dan manajerial. Semesntara itu, penelitian penulis lebih menekankan pada sistem kerja dan pencapaian target sales di PT Nusantara Sakti yang ditinjau secara khusus melalui konsep akad *ijarah 'ala al-'amal* dalam perspektif ekonomi Islam. Namun, terdapat persamaan antara kedua penelitian tersebut, yaitu sama- sama membahas kinerja karyawan atau tim sales dalam kaitannya dengan pencapaian target penjualan, serta menyoroti pentingnya sistem kerja dan strategi perusahaan dalam mendorong produktivitas kerja.

Kelima, penelitian yang disusun oleh Cinta Abdilawati Hutapea mahasiswa Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar- Raniry pada Tahun 2025 tentang *Kajian Kinerja Sales dan Relasinya Dengan Performa Perusahaan Menurut Akad Ijârah 'Ala Al-'Amâl (Studi Pada PT Masmedia Buana Pustaka Cabang Aceh)*. Skripsi ini membahas tentang peran sales dalam kinerja penjualan di PT Masmedia Buana Pustakan Cabang Aceh, khususnya terkait strategi pemasaran, sistem target, serta kompensasi dan insentif yang diterapkan perusahaan. Penelitian ini juga mengkaji kesesuaian sistem kerja dan pengupahan tersebut dengan akad *ijârah 'ala al-'amâl* dalam perspektif fiqh muamalah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembagian target kerja dilakukan secara proporsional berdasarkan wilayah dan potensi pasar, yang mendukung efektivitas distribusi. Namun, sistem pengupahan dan pembagian

³⁰ Rinanda Suci Syahfitri, dkk “Analisis Kinerja Tim Terhadap Target Penjualan Pada Karyawan Took Pioneer Mmtc Medan”, *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, Vol. 1, No. 10, Desember 2024

insentif di perusahaan masih belum memenuhi prinsip keadilan dalam akad *ijârah 'ala al-'amâl*, karena tidak semua sales menerima kompensasi secara proporsional dengan beban kerja dan pencapaian target. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk menerapkan sistem kerja dan upah yang sesuai dengan prinsip islam agar dapat meningkatkan motivasi kerja dan kinerja penjualan secara optimal.³¹

Penelitian tentang kinerja sales pada PT. Masmedia Buana Pustaka Cabang Aceh berbeda dengan riset penulis dari segi fokus kajian. Penelitian tersebut membahas hubungan antara kinerja *sales* dan performa perusahaan dengan meninjau sistem kerja serta kompensasi berdasarkan akad *ijârah 'ala al-'amâl*. Sementara itu, penelitian penulis menekankan pada sistem kerja dan pencapaian target penjualan produk Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong menurut konsep *ijârah 'ala al-'amâl*. Perbedaan juga terlihat dari jenis usaha yang dikaji, PT Masmedia bergerak di bidang distribusi buku dan alat pendidikan, sedangkan PT Nusantara Sakti bergerak dibidang otomotif. Namun, terdapat kesamaan antara kedua penelitian tersebut, yaitu sama-sama mengkaji kinerja sales dalam hubungannya dengan target perusahaan serta menggunakan pendekatan hukum Islam, khususnya akad *ijârah 'ala al-'amâl*, dalam menilai sistem kerja dan pengupahan.

Berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan penulis terhadap berbagai referensi, tidak ditemukan indikasi plagiarisme maupun duplikasi dalam penelitian ini, karena kesamaan yang terdapat dalam penelitian sebelumnya hanya terbatas pada penggunaan konsep sistem kerja, pencapaian target sales, atau penerapan prinsip *ijârah 'ala al-'amâl*, tanpa secara spesifik membahas sistem kerja dan pencapaian target sales pada penjualan produk Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong

³¹ Cinta Abdilawati Hutapea “Kajian Kinerja Sales dan Relasinya dengan Performa Perusahaan Menurut Akad *Ijârah 'Ala Al-'Amâl* (Studi pada PT Masmedia Buana Pustaka Cabang Aceh)”, *Skripsi* (Banda Aceh: Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2025)

menurut konsep *ijârah 'ala al-'amâl*.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah atau prosedur yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam suatu kajian. Penggunaan metode ini penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki tingkat kevalidan yang tinggi, sehingga penelitian dapat disusun secara objektif dan sistematis. Untuk mencapai penelitian yang terstruktur dan valid, berikut ini dijelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses penelitian:

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan rancangan yang disusun untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan peneliti yang telah dirumuskan. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian *normatif empiris*, yaitu perpaduan antara pendekatan normatif yang dilakukan dengan menelaah berbagai sumber hukum seperti kitab fikih muamalah, literatur hukum ekonomi syariah, serta ketentuan hukum positif yang relevan dengan pendekatan empiris, yang bertujuan memperoleh data secara langsung dari lapangan melalui wawancara terhadap subjek yang terkait dengan objek penelitian. Pendekatan empiris dilakukan untuk memperoleh data secara langsung dari pihak PT Nusantara Sakti Lamnyong dan sales yang bekerja di PT Nusantara Sakti tersebut. Kombinasi kedua pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan konsep akad akad *ijârah 'ala al-'amâl* dalam perjanjian kerja *sales* dengan perusahaan, khususnya pada sistem kerja *sales*.

2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif (*qualitative research*). Secara khusus, prosedur penelitian ini menggunakan bentuk deskriptif analisis, yang bertujuan untuk memahami dan menggali secara mendalam praktik sistem kerja dan pencapaian target penjualan produk

Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong. Fokus utama penelitian ini terletak pada bagaimana mekanisme kerja sales dijalankan, strategi yang diterapkan dalam mencapai target penjualan, serta bentuk hubungan kerja antara perusahaan dan tenaga sales berdasarkan prinsip *ijârah 'ala al-'amâl*. Melalui pendekatan deskriptif, penelitian ini berusaha menggambarkan secara sistematis dan faktual bagaimana proses rekrutmen, pembagian tugas, pelaporan kinerja, serta pemberian insentif dilakukan dalam struktur kerja yang ada. Selain itu, penelitian juga mengamati pola komunikasi antara manajemen dan tim *sales*, serta sejauh mana sistem kerja tersebut dijalankan secara profesional dan sesuai dengan perjanjian kerja yang telah disepakati.

Sementara itu, pendekatan analisis digunakan untuk menelaah data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak terkait, yang kemudian dianalisis berdasarkan prinsip-prinsip akad *ijârah 'ala al-'amâl* sebagaimana dijelaskan dalam literatur fikih muamalah. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengevaluasi sejauh mana praktik kerja dan pencapaian target *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong mencerminkan nilai-nilai kejelasan akad kerja, kesepakatan imbalan, dan tanggung jawab kerja menurut hukum ekonomi syariah. Dengan demikian, jenis penelitian ini tidak hanya menjelaskan fakta-fakta empiris di lapangan, tetapi juga mengkaji kesesuaian antara praktik yang terjadi dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

3. Sumber Data

Sumber data memiliki peran yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena berfungsi untuk memetakan data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, data yang dibutuhkan dapat diklasifikasikan ke dalam dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan mengenai kedua jenis data tersebut adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yang memahami permasalahan yang sedang diteliti dalam suatu

penelitian ilmiah dan harus diolah kembali oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dalam riset ini, informasi dalam bentuk data primer ini penulis peroleh melalui wawancara dengan responden dan pihak yang relevan dengan penelitian ini dan juga dalam bentuk data dokumentasi.

Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan responden, yaitu Fitriady Avid selaku pihak manajemen PT Nusantara Sakti Lamnyong, Ibnu Katsir dan ahmad Fauzan selaku tenaga *sales* di perusahaan tersebut. Selain itu, penulis juga menggunakan data dokumentasi berupa laporan jumlah penjualan produk Honda selama satu bulan, yang berkaitan dengan sistem kerja dan pencapaian target *sales*. Seluruh data tersebut kemudian dianalisis berdasarkan konsep *ijârah 'ala al-'amâl*.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari hasil olahan atau pengumpulan pihak lain berdasarkan penelitian yang telah mereka lakukan sebelumnya.³² Data ini biasanya tersedia dalam bentuk buku, jurnal, catatan, maupun sumber lainnya. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan oleh penulis mencakup buku, jurnal, artikel serta situs internet yang relevan dan mendukung pembahasan. Sumber-sumber tersebut digunakan untuk membangun landasan teori yang berkaitan dengan sistem kerja dan pencapaian target sales dalam penjualan produk Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini serta untuk mengkaji permasalahan yang ada, maka penulis akan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data.

a. Wawancara/*Interview*

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan

³² S. Nasution, *Metode Reaserch (penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hlm. 113.

dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada narasumber yang memiliki peran signifikan dalam bidang yang sedang diteliti atau dianalisis.³³ Wawancara yang penulis lakukan secara *guidance interview* dengan menggunakan tanya jawab lisan guna memperoleh informasi atau pendapat yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Dalam riset ini, penulis menggunakan metode wawancara dalam bentuk *guideline interview* dengan menyusun daftar pertanyaan serta kerangka wawancara secara sistematis yang diajukan kepada responden guna memperoleh data yang valid dan akurat terkait sistem kerja dan pencapaian target *sales* pada penjualan produk Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong menurut konsep *ijârah 'ala al-'amâl*.

Adapun responden dalam penelitian ini terdiri dari Fitriady Avid selaku pihak manajemen PT Nusantara Sakti Lamnyong, Ibnu Katsir dan Ahmad Fauzan selaku tenaga *sales* di perusahaan yang berperan langsung dalam mengelola strategi kerja dan pencapaian target penjualan di perusahaan tersebut, guna memperoleh informasi terkait sistem kerja yang diterapkan, pencapaian.

b. Dokumentasi

Dokumen adalah asal kata dari dokumentasi yang berarti barang tertulis. Dokumentasi dapat berguna dalam mengumpulkan data tertulis tentang subjek-subjek penting yang diperlukan untuk menetapkan validitas penelitian ini.³⁴ Pada penelitian ini penulis memperoleh data dengan metode dokumentasi yang data-data primernya penulis dapatkan dari dokumen-dokumen yang memiliki hubungan dengan pembahasan sistem kerja dan

³³ Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 136.

³⁴ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 69.

pencapaian target *sales* pada penjualan produk honda dalam konsep *ijarah 'ala al-'amâl*.

5. Langkah-langkah Analisis Data

Langkah analisis data merupakan proses mengolah informasi yang telah dikumpulkan oleh peneliti guna memperoleh jawaban atas permasalahan yang telah diformat dalam rumusan masalah berdasarkan data-data yang valid dan objektif. Pada tahap ini data yang telah terkumpul secara lengkap akan diproses untuk menemukan kebenaran yang dapat menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Selanjutnya, data tersebut disajikan secara sistematis dan digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan. Proses analisis data penelitian ini meliputi di antaranya:

- a. Pemilahan data dilakukan sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti, sehingga data primer dan data sekunder yang berasal dari sumber berbeda dapat diverifikasi dengan tepat. Tujuan dari pemilahan ini adalah untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memenuhi standar penelitian ilmiah, yaitu validitas dan objektivitas data yang cukup.
- b. Menelaah data hasil identifikasi dengan fokus pada analisis sistem kerja dan pencapaian target *sales* pada penjualan produk Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong. Penelitian ini memusatkan perhatian pada bagaimana sistem kerja diterapkan dan sejauh mana pencapaian target *sales* dicapai sesuai dengan ketentuan kerja yang berlaku. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji berbagai faktor yang memengaruhi pencapaian tersebut berdasarkan konsep *ijarah ala al-amal*.
- c. Menganalisis Menganalisis sistem kerja dan pencapaian target *sales* pada penjualan produk Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong terhadap ketentuan kerja yang diterapkan perusahaan dengan menggunakan pendekatan konseptual *ijarah ala al-amal*.

- d. Penyajian data secara naratif sebagai bentuk laporan penelitian dengan menggunakan format skripsi dengan penggambaran data secara sistematis.

6. Pedoman Penulisan

Pedoman penulisan yang digunakan dalam penyusunan karya ilmiah ini mengacu pada buku pedoman penulisan skripsi fakultas syari'ah dan hukum uin ar-raniry Darussalam banda aceh tahun 2019. Di samping itu, penulis juga merujuk pada sumber pedoman lainnya seperti jurnal ilmiah, kamus besar Bahasa Indonesia, serta skripsi dari penelitian sebelumnya. Dengan berlandaskan pada pedoman-pedoman tersebut, penulis mampu menyusun hasil penelitian secara runtut, ilmiah, dan mudah dipahami.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini penulis memaparkan beberapa uraian dari sistematika pembahasan yang bertujuan untuk mempermudah penulisan dan memberikan pemahaman yang mudah dimengerti secara menyeluruh. Adapun sistematika pembahasan pada penelitian ini terbagi menjadi empat bab yang pada setiap bab terdiri dari sub-sub bab yang saling berkaitan, dengan rincian sebagai berikut:

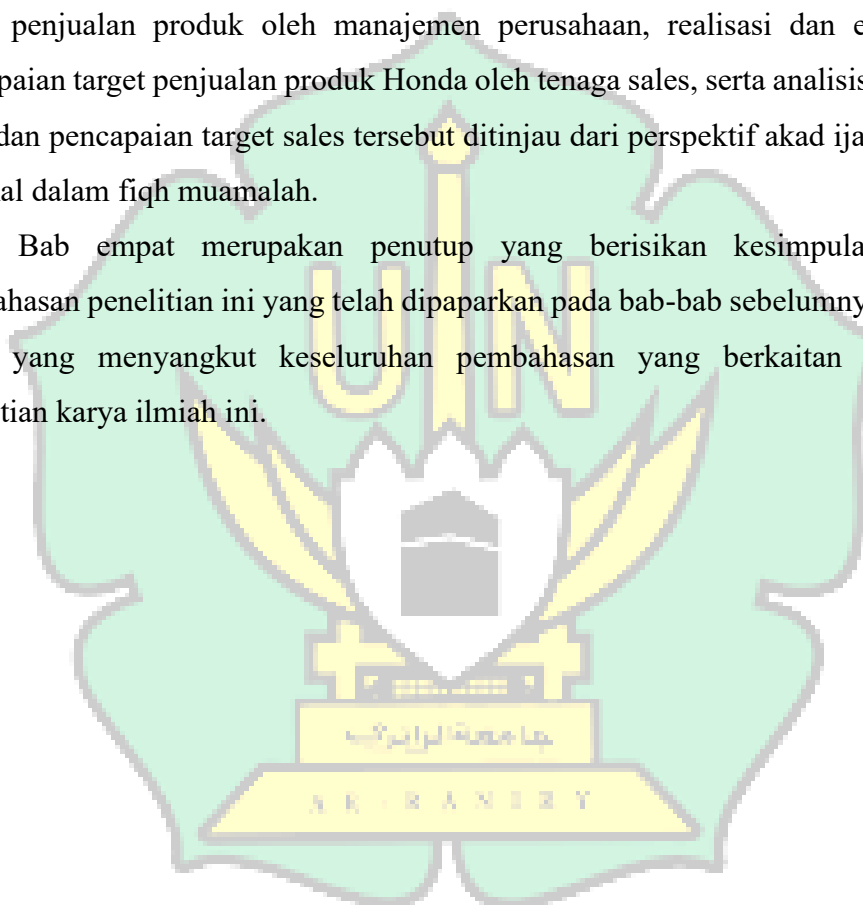
Bab satu merupakan pendahuluan yang memuat gambaran umum, terdiri dari tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika penelitian.

Bab dua merupakan landasan teori tentang konsep ijārah 'ala al-'amāl dalam hubungan kerja sales menurut fiqh muamalah, dengan sub pembahasan mencakup pengertian akad ijarah 'ala al-'amal, dasar hukumnya, rukun dan syarat akad, serta pendapat fuqaha tentang akad ini. Kemudian sub pembahasan berikutnya membahas tentang spesifikasi pekerjaan dalam akad ijārah 'ala al-

'amāl, konsep pencapaian target, sistem upah dan bonus kerja, serta tanggung jawab dan risiko kerja dalam pelaksanaan akad ijarah 'ala al-'amal.

Bab tiga membahas tentang pelaksanaan kerja dan pencapaian target penjualan sales di PT Nusantara Sakti Lamnyong menurut konsep ijarah 'ala al-'amal. Pada bab ini sub pembahasannya terdiri dari gambaran umum sistem kerja tenaga sales pada PT Nusantara Sakti Lamnyong, penetapan beban kerja dan target penjualan produk oleh manajemen perusahaan, realisasi dan evaluasi pencapaian target penjualan produk Honda oleh tenaga sales, serta analisis sistem kerja dan pencapaian target sales tersebut ditinjau dari perspektif akad ijarah 'ala al-'amal dalam fiqh muamalah.

Bab empat merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dari pembahasan penelitian ini yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, serta saran yang menyangkut keseluruhan pembahasan yang berkaitan dengan penelitian karya ilmiah ini.



BAB DUA

KONSEP IJĀRAH ‘ALA AL-‘AMĀL DAN TARGET KERJA MENURUT FIQH MUAMALAH

A. Pengertian Akad *Ijārah ‘Ala Al-Amāl* dan Dasar Hukumnya

1. Pengertian Akad *Ijārah ‘Ala Al-Amāl*

Akad *ijārah ‘ala al-amāl* memiliki dua komponen kata, yaitu الإجارة dan العمال. Secara etimologis, *al-ijārah* berasal dari kata أجر yang berarti *al-‘iwadh*, yang dapat diartikan sebagai ganti atau upah dalam bahasa Indonesia.³⁵ Selanjutnya kata *al-amāl* berarti perbuatan/pekerjaan. Dalam kamus *Lisan Al-Arab*, pengarangnya menjelaskan bahwa *ijārah ‘ala al-‘amāl* dapat berarti upah atas suatu pekerjaan.³⁶ Lebih lanjut Ali Fikri mengartikan *al-ijārah* menurut etimologi sebagai sewa menyewa yang bermakna dengan (بَيْعُ الْمُنْفَعَتِ) yaitu jual beli manfaat.³⁷

Akad *ijārah* dapat diartikan sebagai salah satu aktivitas muamalah yang bertujuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti sewa-menyewa, kontrak, atau penjualan jasa. Dalam konteks pembahasan fiqh muamalah, istilah yang digunakan untuk orang yang menyediakan jasa disebut *ājir*, sementara yang memanfaatkan jasa disebut *musta’jir*, dan imbalan atas penggunaan jasa tersebut disebut *ajran* atau *ujrah*.³⁸ Dalam hukum muamalah *ijārah* memiliki dua bentuk, pertama *ijārah ‘ala al-amāl* merupakan transaksi yang berkaitan dengan pemanfaatan tenaga, jasa, dan keterampilan. Kedua *ijārah ‘ala al-manafi’* yaitu melibatkan pemanfaatan suatu benda tertentu.³⁹

³⁵ Ahmad Warson, *Al-Munawir Kamus Arab-Indonesia*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), hlm. 9.

³⁶ Atabik Ali, Ahmad Zuhdi Muhdlor, *Kamus Kontemporer Arab-Indonesia*, (Yogyakarta: Multi Karya Grafika), hlm. 1322.

³⁷ Abd Misno, *Fiqh Muamalah Al-Maliyah: Hukum Ekonomi dan Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media, 2021), hlm. 153.

³⁸ Chairuman Pasaribu, Suhrawardi, *Hukum Perjanjian Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1994), hlm. 92.

³⁹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Wali Pers, 2014), hlm 114-115.

Dalam akad *ijārah ‘ala al-amāl*, objek utamanya adalah amal atau jasa seseorang. *Ijārah* atas jasa atau pekerjaan seseorang disebut sebagai upah mengupah. Menurut pandangan para ulama, mempekerjakan seseorang untuk melakukan pekerjaan diizinkan dengan syarat bahwa pekerjaan yang dilakukan jelas dan sesuai dengan ketentuan Islam, serta tidak menyimpang dari ajaran agama tersebut.

Terminologi *ijārah ‘ala al-amāl*, terdapat perbedaan redaksi di kalangan para ulama fiqh tentang penggambaran *ijārah ‘ala al-amāl* yang mencakup beberapa hal sebagai berikut:

- a. Menurut ulama Hanafiyah, *ijārah ‘ala al-amāl* merupakan sebuah kesepakatan yang memperbolehkan pengalihan manfaat dari suatu objek yang diketahui dan disengaja, dengan imbalan yang telah ditetapkan.
- b. Menurut ulama Malikiyah dan Hanabilah, *ijārah ‘ala al-amāl* merupakan sebuah istilah yang mengacu pada perjanjian untuk memanfaatkan suatu objek yang memiliki aspek manusiawi dan sebagian bisa dipindahkan.
- c. Menurut ulama Syafi’iyah, *ijārah ‘ala al-amāl* merupakan sebuah perjanjian atau transaksi terhadap suatu keuntungan yang dituju kepada tujuan tertentu, diperbolehkan dan dapat dimanfaatkan, dengan memberikan imbalan yang telah disepakati.⁴⁰

Sedangkan dalam fatwa DSN MUI Nomor 09/DSN-MUI/IV/2000 dan Nomor 112/DSN-MUI/IX/2017 menginterpretasikan *ijārah ‘ala al-amāl* sebagai sebuah perjanjian untuk mentransfer hak penggunaan (manfaat) suatu jasa dalam jangka waktu tertentu dengan pembayaran upah.⁴¹

Dalam bentuk pelayanan jasa akad *ijārah ‘ala al-amāl* merujuk pada praktik sewa-menyewa untuk melakukan pekerjaan tertentu yang memerlukan

⁴⁰ Abdul Rahman Ghazaly, Ghufon Ihsan, dkk, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), hlm. 277.

⁴¹ Andi Soemitra, *Hukum Ekonomi Syari’ah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, Edisi 1, Cetakan Ke 1, (Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019), hlm. 116.

tenaga dan keterampilan, seperti dokter, tentara, polisi dan sejenisnya yang melibatkan pembayaran upah.⁴² Individu yang menyediakan layanan atau tenaga kerja dalam perjanjian *ijārah ‘ala al-amāl* dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu, tenaga kerja khusus dan tenaga kerja *musytarak*.

Dari definisi-definisi tersebut, dapat dibahas bahwa *ijārah ‘ala al-amāl* adalah pertukaran jasa sesuai kebutuhan pihak yang menggunakannya dengan imbalan yang disepakati saat akad dilakukan, yang didasarkan pada kesepakatan antara kedua belah pihak harus tercapai sebelum pekerjaan dilakukan. *Ijārah ‘ala al-amāl* merupakan sebuah perjanjian yang mengikat, di mana satu atau beberapa individu sepakat untuk melakukan tugas tertentu dengan menetapkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak dalam penggunaan jasa yang disediakan kepada pihak lain dengan imbalan yang telah disepakati.

Dalam konteks kontrak *ijārah ‘ala al-amāl* ketika suatu perusahaan ingin mempekerjakan seseorang sebagai karyawan (*musta’jir*), perlu menetapkan terlebih dahulu jenis manfaat yang akan diterima (*ma’jur*) dan imbalan atau upahnya yang harus dibayar sebagai gaji pekerja (*ujrah*). Hal ini penting karena manfaat yang diberikan dalam kontrak *ijārah ‘ala al-amāl* adalah jasa atau tenaga seseorang, sehingga bentuk pekerjaan dan aktivitas harus jelas ditentukan jenis usaha/kerja yang dilakukan termasuk upah sebagai gajinya. Jika tidak, maka kontrak tersebut dianggap batal.⁴³ Kesepakatan kerja dalam format *ijārah ‘ala al-amāl* ini terjadi dalam bentuk kesepakatan konsensual, dalam hal ini kedua belah pihak setuju untuk melakukan perjanjian dengan objek yang jelas dan imbalan sewa yang ditentukan. Oleh karena itu, perjanjian *ijārah ‘ala al-amāl*, seperti perjanjian konsensual lainnya, berlaku jika kedua belah pihak telah menyetujui klausul kontrak dan setelah akad terjadi, kedua belah pihak melakukan serah terima objek transaksi. Oleh karena itu, kedua belah pihak, yaitu *musta’jir* dan

⁴² Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta, Amzah, 2010), hlm. 333.

⁴³ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 117.

ājir, yang terlibat dalam perjanjian *ijārah ‘ala al-amāl* tersebut, sepakat untuk saling melaksanakan hak dan kewajiban yang telah disepakati bersama. Pihak yang menyewakan (*mu’jir*) bertanggung jawab untuk menyerahkan barang (*ma’jur*) kepada penyewa (*musta’jir*), sementara pihak penyewa berkewajiban untuk memberikan pembayaran sewa (*ujrah*).⁴⁴

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa *ijārah ‘ala al-amāl* adalah jenis akad yang menghadirkan jasa dan manfaat atas tenaga, keterampilan, serta beragam layanan lainnya yang disepakati dengan pihak yang mempekerjakan dengan kesepakatan terhadap nilai upah sebagai gajinya.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah pada konsep *ijārah ‘ala al-amāl* sebagai perjanjian yang ditetapkan oleh perusahaan dengan pihak pekerja sebagai *sales* yang harus menggunakan *skill*nya untuk menjual produk motor merek Honda dan akan memperoleh haknya dalam bentuk gaji dan insentif atas keberhasilan dan keandalannya sebagai kinerja terhadap perusahaan. Pihak *sales* sebagai pekerja harus mematuhi aturan yang ditetapkan perusahaan baik dari target penjualan, kinerja yang harus dihasilkan maupun berbagai aturan internal lainnya, dan pihak pekerja berhak memperoleh seluruh haknya baik dalam bentuk gaji, insentif termasuk perlindungan ketenagakerjaan lainnya seperti cuti dan lain-lain.

2. Dasar Hukum Akad *Ijārah ‘Ala Al-Amāl*

Dasar hukum adalah landasan yang menjadi pijakan bagi perkembangan atau pedoman dalam menyelesaikan suatu persoalan. Hukum terkait *ijārah ‘ala al-amāl* banyak tersurat dalam Al-Qur’an dan Sunnah Rasulullah, serta dapat ditemukan dalam penjelasan-penjelasan yang dibuat oleh para ahli fiqh melalui *ijma’* dan *qiyas*. Semua ini merupakan dasar fiqh yang digunakan untuk menentukan kehalalan atau keharaman, kebolehan atau ketidakbolehan, serta kebenaran atau larangan suatu tindakan hukum dalam syariat. Menurut pandangan

⁴⁴ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, hlm. 236.

mayoritas ulama, *ijārah* ‘*ala al-amāl*’ dibolehkan dalam Islam berdasarkan Al-Qur’an, Sunnah, dan Ijma’ ulama fikih.⁴⁵

a. Landasan hukum dari Al-Qur’an

Berikut penulis jelaskan beberapa landasan hukum tentang akad *ijārah* ‘*ala al-amāl*’ yang terdapat di dalam Al-Qur’an. Pertama, Allah berfirman di dalam surah Az-Zukhruf (43) ayat 32:

أَهُمْ يَفْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ
فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُلَخِيًّا وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ

Artinya: “Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain”. (QS. Az-Zukhruf [43]: 32)⁴⁶

Lafadz “*Sukhriyyan*” mengandung arti saling menggunakan, namun menurut Ibnu Katsir, lafadz ini dapat diartikan dengan “supaya kalian saling mempergunakan satu sama lain baik dalam hal pekerjaan maupun dalam hal lainnya.” Terkadang manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan sesuatu yang berada dalam kepemilikan orang lain, dengan demikian untuk dapat mempergunakan sesuatu tersebut diperlukan adanya transaksi. Dalam Islam bentuk transaksi tersebut dikenal dengan istilah akad, salah satu akad yang tepat untuk transaksi tersebut adalah dengan akad *ijārah* yaitu transaksi berbentuk sewa-menyewa atau upah mengupah.⁴⁷

b. Landasan Hukum dalam Hadis

Adapun dasar hukum dari hadis Nabi Muhammad Saw diantaranya adalah:

⁴⁵ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), hlm. 123.

⁴⁶ QS. Az-Zukhruf (43): 32

⁴⁷ Diyamuddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka, 2008) hlm.

وَاسْتَأْجَرَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَبُو بَكْرٍ رَجُلًا مِنْ بَنِي الدَّيْلِ ثُمَّ مِنْ بَنِي عَبْدِ بْنِ عَدِيٍّ هَادِيًا
خَرِيَّتًا الْخَرِيَّتُ الْمَاهِرُ بِالْهَدَايَةِ

Artinya: “Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam beserta Abu Bakar menyewa (mengupah) seorang penunjuk jalan yang mahir dari Bani ad-Dail kemudian dari Bani ‘Abdu bin ‘Adi.” (HR. Bukhari).⁴⁸

Berdasarkan hadis tersebut, Rasulullah Saw pernah menyewa jasa seseorang sebagai pemandu jalan untuk membantu dan membimbingnya menuju tempat tujuan. Setelah itu, Rasulullah membayar pemandu tersebut dengan memberikan kendaraannya. Hadis ini mengindikasikan bahwa praktek sewa-menyewa atau *ijārah ‘ala al-amāl* adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut hukum Islam.

Selanjutnya terdapat dalam hadist Rasulullah yang menceritakan konsep etika terhadap penyedia jasa yang dijadikan dasar hukum terhadap keabsahan dari akad *ijārah ‘ala al-amāl* yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah sebagai berikut:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَقُهُ

Artinya: Dari Abdullah bin Umar *radhiaullahu ‘anh* berkata: Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Berikanlah upah atau jasa kepada orang yang diupah sebelum kering keringatnya”. (HR. Ibnu Majah).⁴⁹

Dalam hadis tersebut menyatakan bahwa dalam setiap pekerjaan yang melibatkan perjanjian pembayaran upah, sebaiknya hak atau upah bagi pekerja diberikan sebelum keringatnya mengering. Dalam artian tidak diperkenankan untuk menunda-nunda atau lambat dalam memberikan upah atau imbalan, terutama dalam konteks pekerjaan yang bersifat jasa seperti yang dijelaskan dalam hadis tersebut.

c. Landasan hukum dalam *Ijma’* para ulama

Adapun dasar hukum *ijārah ‘ala al-amāl* berdasarkan *ijma’*

⁴⁸ Shahih al-Bukhari (IV442, No. 442).

⁴⁹ Muhammad Ibn Yazid Abu Abd Allah Al-Qazwiniyy, *Sunan Ibn Majah*, (Beirut: Dar Al-Fikr, t.th), Juz 2, hlm. 817.

menunjukkan adanya kesepakatan menyeluruh di kalangan umat Islam mengenai kebolehan akad tersebut, tanpa adanya penolakan yang signifikan dari para ulama. Meskipun terdapat sebagian kecil ulama yang memiliki pandangan berbeda, perbedaan tersebut tidak memengaruhi keabsahan *ijma'* yang telah terbentuk. Sejak masa para sahabat, telah disepakati bahwa *ijārah 'ala al-amāl* merupakan akad yang dibolehkan karena memiliki nilai kemaslahatan dan memberikan manfaat nyata bagi kehidupan manusia.

Disyariatkannya *ijārah 'ala al-amāl* bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam pergaulan hidup dan aktivitas sosial masyarakat. Dalam praktiknya, terdapat pihak yang memiliki kemampuan finansial namun tidak memiliki tenaga atau keahlian untuk melaksanakan pekerjaan, sementara disisi lain terdapat pihak yang memiliki tenaga dan keahlian namun membutuhkan imbalan berupa upah. Melalui akad *ijārah 'ala al-amāl* kedua belah pihak dapat saling memenuhi kebutuhan masing-masing secara seimbang dan memperoleh manfaat yang bersifat timbal balik.⁵⁰

Selain itu, transaksi *ijārah 'ala al-amāl* yang melibatkan pemberian upah atas jasa yang diberikan menjadi salah satu landasan hukum penting dalam praktik muamalah kontemporer. Penerapan akad ini juga mencerminkan prinsip saling ketergantungan antar manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup yang tidak dapat dipenuhi secara individual, sekaligus menunjukkan pentingnya Kerjasama dan keadilan dalam hubungan sosial dan ekonomi.

⁵⁰ Abd Misno, *Fiqh Muamalah Al-Maliyah*,....hlm. 159.

B. Rukun dan Syarat *Ijārah ‘Ala Al-Amāl*

1. Rukun akad *Ijārah ‘Ala Al-Amāl*

Para fuqaha mengungkapkan bahwa rukun adalah elemen yang menyebabkan terjadinya dan keberadaan suatu entitas yang bersifat pribadi dari entitas yang didirikannya.⁵¹ Dalam akad *ijārah ‘ala al-amāl*, rukun di dalam suatu transaksi adalah akad atau perjanjian kedua belah pihak, yang menunjukkan bahwa transaksi itu telah berjalan secara suka sama suka.

Imam Hanafi berbeda pendapat terhadap rukun akad *ijārah ‘ala al-amāl*, menurut beliau rukun *ijārah ‘ala al-amāl* hanya ijab (orang yang menyewa) dan qabul (orang yang menyewakan). Adapun menurut kesepakatan mayoritas ulama fuqaha, rukun dalam akad *ijārah ‘ala al-amāl* terdiri dari empat bagian, yaitu:

a. *‘Āqid* (orang yang akad).

‘Āqid adalah orang yang melakukan akad atau perjanjian. Keberadaan *‘āqid* sangat penting dalam suatu akad, karena suatu perjanjian tidak akan terjadi atau memiliki kekuatan hukum jika tidak ada *‘āqid*, serupa dengan pentingnya kehadiran *shighah ijab-qabul* untuk terjadinya sebuah akad.⁵²

Dalam kontrak *ijārah ‘ala al-amāl*, *‘aqid* ini ada dua pihak yang terlibat, yaitu *mu’jir* dan *musta’jir*. *Mu’jir* merupakan pemilik jasa atau manfaat, sementara *musta’jir* adalah penyewa atau pengguna jasa tersebut. Kedua belah pihak yang terlibat dalam kontrak *ijārah ‘ala al-amāl* diharuskan untuk telah mencapai usia baligh, memiliki akal sehat, mampu mengelola harta, saling menyetujui, serta memahami dengan baik manfaat barang yang disepakati agar dapat mencegah timbulnya perselisihan.⁵³

⁵¹ Ghuftron A. Masadi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 78.

⁵² Djohar Arifin, “Substansi Akad Dalam Transaksi Syariah”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1 (2014), hlm. 171.

⁵³ *Ibid.*, hlm. 174

b. *Sighat* akad

Sighat akad adalah pernyataan yang menunjukkan kerelaan atau kesepakatan dua pihak yang melakukan kontrak atau transaksi. Secara substansial, *sighat* bisa berupa kata-kata atau bahkan hanya tindakan saja. Syarat-syarat yang terkait dengan *sighat* (akad atau ijab qabul) pada dasarnya mirip dengan syarat-syarat yang berlaku dalam transaksi jual beli, kecuali persyaratan yang berkaitan dengan waktu.

Fatwa DSN MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 juga menjelaskan beberapa ketentuan terkait persyaratan dalam kontrak *ijārah ‘ala al-amāl*. Ini termasuk kejelasan persyaratan dalam kontrak *ijārah ‘ala al-amāl* yang harus diungkapkan dengan jelas, dengan memperhatikan bahwa kontrak tersebut bisa dilakukan secara lisan, tertulis, melalui isyarat, atau tindakan, serta harus sesuai dengan hukum syariah dan peraturan yang berlaku, termasuk kemungkinan pelaksanaannya melalui media elektronik.⁵⁴

c. *Ujrah* (upah)

Ujrah adalah memberi imbalan sebagai bayaran kepada seseorang yang telah diperintah untuk mengerjakan sesuatu pekerjaan tertentu dan bayaran itu diberikan menurut perjanjian yang telah disepakati bersama.⁵⁵ Imbalan yang diberikan harus memiliki nilai, baik dalam bentuk materiil maupun jasa, yang sesuai dengan ketentuan hukum. Dalam konteks ini, imbalan dalam transaksi *ijārah ‘ala al-amāl* umumnya berupa barang fisik, uang, gaji, atau layanan pemeliharaan dan perawatan, dengan syarat diberikan dengan sukarela dan kejujuran.⁵⁶ Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi dalam kontrak *ujrah* adalah:

- 1) Mengingat *ijārah ‘ala al-amāl* merupakan akad timbal balik, maka upah atau *ujrah* harus jelas atau sudah diketahui jumlahnya.

⁵⁴ Fatwa DSN No. 112/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Ijarah, hlm. 4

⁵⁵ Abd Misno, *Fiqh Muamalah Al-Maliyah*....., hlm. 160.

⁵⁶ Helmi Karim, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Al-Ma'arif, 2002), hlm. 36.

- 2) Tidak diperbolehkan untuk menerima pembayaran tambahan dari hasil pekerjaannya, terutama dalam kasus di mana pekerjaan tersebut bersifat khusus seperti dalam peran seorang hakim yang sudah menerima gaji khusus dari negara atau pemerintah.
- 3) Pembayaran sewa harus dilakukan sepenuhnya dan sesuai dengan nilai barang yang disewa. Setelah manfaat dari barang yang disewa dinikmati sepenuhnya, pembayaran harus diserahkan sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat.⁵⁷

Manfaat dalam kesepakatan *ijārah ‘ala al-amāl*, bersifat penting untuk menetapkan manfaat yang diterima oleh penyewa, baik itu dari bentuk jasa atau objek, spesifikasi dan durasi penggunaan manfaat tersebut yang sesuai dengan kebolehan menurut *syara’*.⁵⁸ Barang yang disewakan untuk pekerjaan upah harus memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut:

- 1) Objek atau barang yang disewakan atau yang diberi upah harus dapat dimanfaatkan dengan jelas, sehingga tidak menimbulkan perselisihan.
- 2) Objek atau barang yang disewakan harus dapat dimanfaatkan secara langsung.
- 3) Objek atau barang yang menjadi objek sewa atau upah harus dapat dialihkan atau diserahkan kepada penyewa, baik secara nyata maupun sesuai dengan hukum syariah.
- 4) Objek atau barang yang disewakan tidak bertentangan dengan dengan syariat Islam.
- 5) Objek atau barang yang disewakan harus tetap utuh (baik secara fisik maupun zatnya) hingga masa sewa yang telah ditetapkan sesuai dengan

⁵⁷ Qal’ahji, Muhammad Rawwas, *Ensiklopedi Fiqh Umar bin Khattab*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), hlm. 178.

⁵⁸ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Cet. Ke-2, (Jakarta: Amzah, 2013), hlm. 321-327.

perjanjian dalam kontrak.⁵⁹

2. Syarat akad *Ijārah ‘Ala Al-Amāl*

Dalam akad *ijārah ‘ala al-amāl* juga terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi, jika syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi maka tidak sah akad *ijārah ‘ala al-amāl* tersebut. Di samping rukun, syarat juga memiliki kepentingan yang penting dan keberadaannya terletak di luar perbuatan itu sendiri. Rukun merupakan unsur yang dapat membentuk akad, oleh karena itu rukun memerlukan syarat sebagai unsur yang berfungsi dalam membentuk akad.

Secara umum, para fuqaha mendefinisikan syarat sebagai sebuah karakteristik yang harus ada pada setiap rukun, tetapi tidak dianggap sebagai bagian pokok sebagaimana halnya pada rukun.⁶⁰ Adapun syarat-syarat yang terdapat di dalam akad *ijārah ‘ala al-amāl* adalah sebagai berikut:

a. Syarat terjadinya akad (*syarth al-‘iqad*)

Syarat terjadinya akad terdiri dari *‘āqid* (orang yang berakad), akad (ijab dan qabul), dan objek akad (barang atau jasa). Syarat yang bersangkutan dengan *‘āqid* menurut ulama Hanafiyah yaitu berakal, *mumayyiz* (yang sudah bisa membedakan hal baik dan buruk), serta baligh menurut ulama Syafi’iyah dan hanabilah. Dengan begitu, apabila seseorang (mu’jir dan musta’jir) gila atau masih di bawah umur, maka akad *ijārah ‘ala al-amāl* ini tidak sah. Sedangkan menurut ulama Malikiyah, *mumayyiz* merupakan syarat *ijārah ‘ala al-amāl* sedangkan baligh adalah syarat untuk keberlakuannya akad.⁶¹

b. Syarat berlakunya akad (*syarth an-nafadz*)

Syarat berlakunya akad *ijārah ‘ala al-amāl* dengan adanya hak

⁵⁹ Sohari Sahrani, Ru’fah Abdullah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 170.

⁶⁰ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 82.

⁶¹ Ahmad Wardi Muchlis, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 322

kepemilikan atau kekuasaan atas objek akad seperti halnya akad yang dilakukan oleh *fudhulli* (yang membelanjakan harta orang lain tanpa izin) maka akad *ijārah ‘ala al-amāl* tersebut tidak sah dan tidak bisa dilangsungkan. Menurut ulama hanafiyah dan malikiyah akad tersebut harus ditanggguhkan terlebih dahulu dan menunggu persetujuan dari pemilik objek akad, sedangkan menurut ulama Syafi’iyah dan Hanabilah hukumnya batal.⁶²

c. Syarat sahnya akad (*syarth as-shihah*)

Adapun beberapa syarat sahnya akad *ijārah ‘ala al-amāl*, antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Kesepakatan kedua belah pihak, persetujuan sukarela antara kedua belah pihak yang terlibat dalam perjanjian, tanpa ada unsur tekanan atau paksaan.
- 2) Objek akad harus jelas, barang yang disepakati dalam perjanjian memiliki manfaat yang jelas, untuk mencegah konflik di masa depan antara kedua belah pihak. Hal ini dapat dicapai dengan menginspeksi barang secara menyeluruh, menetapkan masa berlaku atau batasan penggunaan barang, dan menjelaskan tugas yang harus dilakukan oleh pihak yang bekerja.
- 3) Barang yang menjadi objek dalam perjanjian memiliki manfaat yang terdefinisi dengan jelas, baik menurut kriteria, kenyataan, maupun ajaran agama. Beberapa cendekiawan fikih dan pengikut mazhab Hanafiyah berpendapat bahwa menyewakan barang yang dimiliki oleh dua orang atau lebih tidak diperbolehkan karena manfaat dari barang tersebut tidak dapat dinikmati sepenuhnya. Namun mayoritas ulama ahli fiqih memperbolehkannya secara mutlak, asalkan barang tersebut memiliki manfaat yang jelas.⁶³

⁶² *Ibid.*

⁶³ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, alih bahasa Mujahidin Muhayan, (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2009), hlm. 145.

- 4) Barang yang disewakan harus bisa digunakan oleh penyewa sesuai dengan perjanjian sewa. Manfaat dari barang yang disewakan haruslah sesuai dengan yang diperbolehkan dalam ajaran agama, dan bukan barang yang dilarang atau diwajibkan. Oleh karena itu, menyewakan barang untuk tujuan kemaksiatan tidak sah karena maksiat harus dihindari.

d. Syarat kelaziman akad (*syarth al-luzum*)

Ada dua hal yang diisyaratkan dalam akad *ijārah ‘ala al-amāl* agar akad ini menjadi lazim (mengikat) yaitu:⁶⁴

- 1) Barang yang disewakan tidak cacat, sehingga dapat merusak pemanfaatannya. Jika hal tersebut terjadi, maka penyewa memilih khiyar (hak pilih) antara meneruskan akad *ijārah ‘ala al-amāl* nya dan membayar seluruh uang sewa atau membatalkannya, seperti jika mobil yang disewakan mogok.
- 2) Tidak terjadi alasan yang membolehkan membatalkan akad *ijārah*. Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa *ijārah* batal karena adanya uzur. Uzur yang dimaksud adalah suatu hal baru yang menyebabkan kemudharatan bagi yang berakad. Uzur dapat dibagikan ke dalam tiga jenis:
 - a) Uzur dari pihak *musta’jir*, yaitu seperti berpindah-pindah dalam mempekerjakan sesuatu sehingga tidak menghasilkan sesuatu dan pekerjaan menjadi sia-sia.
 - b) Uzur dari pihak *‘ājir*, yaitu seperti barang yang disewakan harus dijual untuk membayar utang dan tidak ada jalan lain, kecuali menjualnya.
 - c) Uzur pada barang yang disewa, seperti menyewa kamar mandi, tetapi menyebabkan penduduk dan semua penyewa harus

⁶⁴ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*.....hlm. 299

pindah.⁶⁵

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa akad *ijārah ‘ala al-amāl* memiliki rukun dan syarat yang mengikat akad tersebut agar sesuai dengan ketentuan syara’ dan supaya akad tersebut dapat berlangsung. Menurut para ulama fuqaha rukun akad *ijārah ‘ala al-amāl* dikategorikan menjadi empat bagian yaitu: *‘āqid*, *sighat*, *ujrah*, dan manfaat, sedangkan syarat akad *ijārah ‘ala al-amāl* terbagi menjadi empat yaitu: syarat terjadinya akad, syarat berlakunya akad, syarat sahnya akad, dan syarat kelaziman akad. Dengan demikian dianggap sah akad *ijārah ‘ala al-amāl* ini setelah memenuhi beberapa rukun dan syarat tersebut, sebaliknya jika rukun dan syarat tidak terpenuhi maka akad *ijārah ‘ala al-amāl* dianggap batal.

C. Pendapat Fuqaha Tentang Akad *Ijārah ‘Ala Al-Amāl* dan Keabsahannya Sebagai Transaksi Kerja.

Secara konseptual dalam fiqh muamalah, *ijārah ‘ala al-amāl* adalah suatu akad dalam bentuk pekerjaan yang memanfaatkan kemampuan dari pihak lain yang kemudian disertai dengan upah atau imbalan. Para ulama mazhab telah menjelaskan dalam beberapa kitabnya tentang akad *ijārah ‘ala al-amāl* yang kemudian ditelaah sebagai bentuk analisa terhadap pemikiran-pemikiran hukum Islam. Ulama mazhab berbeda pandangan terhadap akad *ijārah ‘ala al-amāl* ini, berikut adalah beberapa pendapat para ulama fuqaha tentang akad *ijārah ‘ala al-amāl* sebagai berikut:

1. Mazhab Hanafiah

Mazhab Hanafiah berpendapat bahwa jika akad *ijārah ‘ala al-amāl* ini dilakukan dalam bentuk perbuatan ibadah maka haram hukmnya untuk mengambil upah, seperti menyewa seseorang untuk menjadi imam. Tetapi jika

⁶⁵ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 129-130.

dilakukan dalam bentuk perbuatan kebutuhan sehari-sehari maka diperbolehkan, seperti menyewa seseorang untuk menjadi pembantu, mengangkut barang, melakukan pekerjaan tukang, menjahit, pandai besi, dan lain sebagainya.⁶⁶

Dengan demikian dalam mazhab Hanafiah, *ijārah ‘ala al-amāl* adalah akad yang mengambil manfaat tertentu dari suatu jasa tertentu dengan kesepakatan kedua belah pihak yang kemudian diiringi dengan imbalan sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak.

2. Mazhab Malikiyah dan Hanabilah

Mazhab Malikiyah dan Hanabilah berpandangan bahwa dalam akad *ijārah ‘ala al-amāl*, tidak diperbolehkan menerima upah atas pekerjaan yang tujuannya semata-mata untuk mendekatkan diri kepada Allah, seperti menjadi imam shalat atau membayar seseorang untuk membaca Al-Qur'an. Namun, mereka membolehkan pengambilan upah dari pekerjaan yang memberikan manfaat nyata, seperti mengajar Al-Qur'an, hadis, dan fikih.⁶⁷

Kedua mazhab ini sepakat bahwa *ijārah ‘ala al-amāl* merupakan bentuk akad yang memperjualbelikan suatu manfaat dari kemampuan atau keahlian tertentu untuk kepentingan pihak lain, dengan pengecualian pada pemberian upah unyuk aktivitas yang bersifat ibadah murni.

3. Mazhab Syafi'iyah

Menurut pandangan ulama mazhab Syafi'iyah, akad *ijārah ‘ala al-amāl* diperbolehkan selama pekerjaan tersebut bukan merupakan kewajiban individu (*fardhu'ain*). Bahkan, mereka tidak melarang pemberian upah atas pekerjaan yang bersifat kewajiban individu seperti salat wajib atau sunnah. Imam Syafi'i sendiri menjelaskan bahwa pemberian upah kepada imam masjid bukanlah imbalan atas pelaksanaan shalatnya, melainkan sebagai kompensasi atas usaha

⁶⁶ Syaikh Abdurrahman Al Juzairi, *Fikih Empat Madzhab*, Jilid 4 (Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2015), hlm.168.

⁶⁷ *Ibid.*, hlm. 228.

dan perjalanan yang dilakukan menuju masjid.⁶⁸

Dengan demikian, mazhab Syafi'iyah memandang bahwa akad *ijārah 'ala al-amāl* adalah mubah (diperbolehkan), selama manfaat tertentu diberikan dengan imbalan yang disepakati. Pemberian upah dalam konteks ibadah juga diperbolehkan, selama upah tersebut bukan atas ibadah itu sendiri, melainkan atas ikhtiar atau usaha dalam melaksanakannya.

Sementara itu, menurut Sayyid Sabiq dalam Fiqh al-sunnah, para ulama membolehkan pengambilan upah atas pekerjaan yang dianggap baik, seperti mengajar Al-Qur'an di sekolah. Kebolehan ini didasari oleh kebutuhan hidup para pengajar dan tanggungan mereka, serta keterbatasan waktu yang mereka miliki untuk mencari penghasilan lain karena telah disibukkan dengan tugas mengajar.⁶⁹

Dari berbagai pendapat ulama tersebut dapat disimpulkan bahwa akad *ijārah 'ala al-amāl* merupakan bentuk transaksi yang sah dan diperbolehkan dalam Islam, yang bertujuan untuk mengambil manfaat tertentu dengan imbalan upah yang disepakati oleh kedua belah pihak. Namun, ada perbedaan pandangan terkait pekerjaan yang berkaitan dengan ibadah, dimana sebagian ulama tidak memperbolehkan upaya atasnya. Ketentuan dalam akad ini mencakup rincian tugas, durasi kontrak, besaran upah, serta hak dan kewajiban masing-masing pihak yang telah disepakati sejak awal. Keabsahan akad *ijārah 'ala al-amāl* sebagai transaksi kerja dalam perspektif hukum Islam didasarkan pada beberapa prinsip utama dalam fiqh muamalah. Salah satu prinsip dasar dalam muamalah adalah bahwa segala bentuk transaksi diperbolehkan (mubah) selama tidak bertentangan dengan syariat Islam, serta memenuhi rukun dan syarat yang telah ditetapkan.

Dalam konteks ini, *ijārah 'ala al-amāl* merupakan bentuk akad yang memenuhi unsur utama dalam transaksi kerja, yaitu adanya pihak yang

⁶⁸ *Ibid.*, hlm. 230.

⁶⁹ *Ibid.*, hlm. 235.

memberikan jasa (*ajir*), pihak yang menerima jasa (*musta'jir*), pekerjaan atau manfaat jasa yang diberikan ('amal), dan upah sebagai imbalan (*ujrah*). Keempat unsur ini menunjukkan bahwa akad *ijārah 'ala al-amāl* tidak hanya sah secara hukum fiqh, tapi juga sesuai dengan prinsip keadilan dan kepastian dalam muamalah.

Para fuqaha dari berbagai mazhab umumnya sepakat bahwa selama pekerjaan yang dimaksud adalah sesuatu yang diperbolehkan dalam Islam dan tidak bertentangan dengan prinsip ibadah murni, maka akad ini sah dan mengikat. Transaksi ini dianggap valid karena memenuhi asas Ridha, yaitu kerelaan antara kedua belah pihak dalam menyepakati isi akad, termasuk durasi kerja, jenis pekerjaan, serta jumlah dan waktu pembayaran upah.

Dalam konteks kekinian, *ijārah 'ala al-amāl* dapat dimplementasikan secara luas dalam sistem kerja formal maupun informal, seperti hubungan kerja antara perusahaan dan karyawan, kontrak kerja proyek, jasa konsultasi, hingga penyediaan jasa profesional. Keabsahan ini juga semakin relevan ketika disandingkan dengan kebutuhan ekonomi dan sosial umat Islam, Dimana akad semacam ini memberikan dasar syar'i bagi pelaksanaan hubungan kerja yang adil dan transparan.

Oleh karena itu, *ijārah 'ala al-amāl* bukan hanya sah sebagai sebuah bentuk akad dalam hukum Islam, tetapi juga dapat dijadikan dasar yang kuat dan sesuai syariat dalam penyusunan kontrak kerja dan sistem ketenagakerjaan modern, selama prinsip-prinsip akad dan etika islam tetap dijaga. Akad ini memungkinkan adanya jaminan terhadap hak dan kewajiban kedua belah pihak, serta mendorong produktivitas kerja yang bernilai ibadah jika dilakukan dengan niat yang baik dan dalam ranah hukum Islam.

D. Sistem Upah Atas Pencapaian Target Dalam Akad *Ijārah ‘Ala Al-Amāl*.

Dalam pelaksanaan akad *ijārah ‘ala al-amāl*, mekanisme pemberian upah sangat krusial sebagai bentuk kompensasi atas manfaat kerja yang diserahkan pekerja kepada pemberi kerja. Upah berbasis target bukan hanya sebagai motivasi, tetapi juga pengakuan kontribusi pekerja, dengan tetap memperhatikan prinsip keadilan dan transparansi.⁷⁰ Dalam perspektif ekonomi Islam, keseimbangan hak dan kewajiban menjadi landasan utama dalam kontrak kerja, sehingga imbalan atas target kinerja harus disepakati secara jelas sejak awal.

Target kerja umumnya ditetapkan dari aspek kuantitas maupun kualitas output yang diharapkan. Oleh karena itu, dalam akad *ijārah ‘ala al-amāl* wajib dirumuskan indikator keberhasilan, periode penilaian, standar kualitas, serta besaran upah yang diperoleh jika target tercapai. Hal ini penting untuk menghindari unsur ketidakpastian (*gharar*) yang dapat menimbulkan perselisihan.⁷¹ Selain itu, pemberi kerja berkewajiban menetapkan target yang realistis dan adil, agar sesuai dengan kapasitas pekerja.

Secara praktik, sistem upah berbasis target sering dikombinasikan dengan upah tetap dan insentif performa (bonus). Kombinasi ini memungkinkan hubungan kerja menjadi lebih produktif sekaligus adil. Dengan pengaturan syariah yang tepat, sistem ini mencerminkan tanggungjawab moral dan etika Islami, sekaligus efisiensi dan profesionalitas dalam pekerjaan. Melalui kesepakatan yang jelas dan bebas dari ketidakpastian, sistem semacam ini tidak hanya sah menurut syariah, tetapi juga berkontribusi pada tercapainya masalah dan *maqāṣid al-syarī‘ah* dalam muamalah.

⁷⁰ Ahmad Fauzi, “The Wage System (Ijarah) In Islam: A Comparative Perspective of the Scholars,” *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2021): 31–35.

⁷¹ Musyaffa Rafiqie & Erfan Habibi, “Konsep Ijarah ala al-‘Amal dalam Penetapan Ujrah Buruh Tani Cabai Perspektif Hukum Ekonomi Syariah,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syari‘ah* (Aghnina)

Oleh karena itu, sistem upah atas pencapaian target kerja dalam akad *ijārah ‘ala al-amāl* bukan hanya mencerminkan bentuk penghargaan terhadap hasil kerja, tetapi juga menunjukkan keselarasan antara prinsip keadilan, transparansi, dan keseimbangan hak serta kewajiban dalam ekonomi Islam. Penerapan sistem ini, selama disusun berdasarkan kesepakatan yang jelas dan menghindari unsur ketidakpastian, dapat menjadi fondasi yang kuat dalam membangun hubungan kerja yang profesional, produktif, dan bernilai ibadah. Dengan mengedepankan prinsip syariah dan etika Islami, sistem upah berbasis target kerja ini layak dijadikan rujukan dalam pembentukan sistem ketenagakerjaan modern yang amanah, adil, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

E. Risiko dan Tanggungjawab Para Pihak Dalam Implementasi Akad *Ijārah ‘Ala Al-Amāl*.

Sebelum melakukan suatu yang berpotensi risiko, diperlukan langkah-langkah antisipasi dan persiapan terlebih dahulu, serta pengawasan untuk mencegah terjadinya kejadian yang tidak diinginkan. Untuk menghindari kerugian, perlindungan risiko diperlukan bagi semua pihak yang terlibat dalam kerjasama. Dalam konteks ilmu ekonomi Islam, konsep risiko atau ketidakpastian sering dikenal sebagai *taghrir* sebagai istilah yang berasal dari bahasa Arab *gharar* yang merujuk pada konsepsi akibat, bencana, bahaya, risiko, dan ketidakpastian. Risiko selalu terkait dengan kemungkinan terjadinya kerugian yang tidak terduga atau tidak diinginkan.⁷²

Para ulama fiqh berpendapat bahwa risiko yang muncul dalam pekerjaan semacam ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab pihak pekerja. Risiko-risiko tersebut merupakan bagian dari dinamika pekerjaan dan oleh karena itu tidak bisa dituntut oleh konsumennya. Dengan demikian, kompensasi atas risiko tersebut

⁷² Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: 3T Islam, 2002), hlm. 162.

harus ditanggung sepenuhnya oleh pihak pekerja sebagai pemilik bisnis penyedia layanan, baik berupa *soft skill* maupun *hard skill*.⁷³

Setiap usaha, pekerjaan, dan kegiatan tertentu pasti memiliki risiko yang tidak diinginkan oleh siapapun, dan sering kali risiko tersebut berada di luar prediksi atau perkiraan pelaku usaha.⁷⁴ Risiko bisnis dapat menimpa siapa saja mulai dari atasan sampai bawahan, dari aset yang berwujud sampai aset tidak berwujud, bahkan reputasi usaha dan nama baik juga tak luput dari risiko. Risiko dalam bisnis kerap kali disebabkan karena faktor internal maupun eksternal. Namun pemilik usaha tetap harus memperkirakan potensi risiko yang akan dihadapi dalam usahanya, sehingga pelaku usaha akan dapat mengantisipasi potensi risiko yang muncul.⁷⁵

Secara umum risiko bisnis dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu *pertama*, risiko yang dapat dihindari atau disebut juga dengan risiko murni (*pure risk*) yang apabila risiko ini berlangsung secara berkelanjutan dapat mengakibatkan kerugian besar bagi pelaku usaha atau bisnis, seperti halnya pada risiko pemasaran (*market risk*) yang terjadi akibat permintaan produk menurun karena faktor selera dan preferensi konsumen berubah, adapun risiko lainnya seperti pembengkakan hutang dan biaya produksi.⁷⁶ *Kedua*, risiko yang tidak dapat dihindari, biasanya risiko ini berasal dari kebijakan pemerintah (*compliance risk*), seperti penerapan upah minimum yang lebih besar dari sebelumnya dan kenaikan harga pajak dari penghasilan usaha yang akibatnya berdampak besar terhadap *finansial* usahanya, risiko ini memang tidak bisa dihindari tapi tetap saja setiap risiko masih bisa

⁷³ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*..... hlm. 237.

⁷⁴ Hanafi, Mahmud M, *Manajemen Risiko*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), hlm. 145.

⁷⁵ Alexander Thian, *Manajemen Risiko Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2021), hlm. 1.

⁷⁶ *Ibid.*, hlm. 5

diminimalisirkan untuk mengurangi dampak kerugian yang terjadi.⁷⁷

Oleh karena itu, guna mengurangi tingkatan terjadinya risiko dan besaran kerugiannya perlu dilakukan identifikasi risiko, asuransi, dan manajemen risiko. Hal ini juga berbeda-beda setiap pelaku usaha tergantung dari aspek usaha atau bisnis yang dijalankannya ataupun objek dari bisnis tersebut.⁷⁸

Di dalam akad *ijārah ‘ala al-amāl* bentuk risiko yang timbul kerap kali dapat diprediksi oleh pihak penyewa jasa atas barang yang disewakannya tersebut. Misalnya pada jasa belajar mengemudi mobil yang pada dasarnya si pihak penyedia jasa tidak tahu risiko apa yang akan terjadi dan kapan akan terjadinya, tetapi sudah diprediksikan bahwa beberapa risiko seperti halnya kecelakaan yang tidak disengaja, mobil mogok, bocor ban mobil dan lain sebagainya, mungkin saja terjadi dalam waktu dekat. Oleh karena itu, penting untuk mempersiapkan diri dari berbagai kerugian yang mungkin terjadi.

Dalam berbisnis, risiko yang timbul dalam transaksi jual beli harus diminimalisirkan. Beberapa risiko sering muncul dalam transaksi jual beli terutama dalam konteks transaksi *online*, termasuk penipuan dan ketidakpastian (*gharar*), dan lainnya. Namun, dalam agama Islam penipuan dalam jual beli dilarang secara tegas, Setiap transaksi jual beli telah dijelaskan mengenai hal-hal yang diperbolehkan dan yang dilarang agar semua pihak terlibat dalam transaksi tersebut memahami dengan jelas.⁷⁹

Akad *ijārah ‘ala al-amāl* adalah sebuah jenis transaksi bisnis yang berfokus pada keahlian dan jasa. Setiap usaha atau bisnis berusaha sebaik mungkin untuk mengurangi risiko guna mencapai hasil yang optimal. Dalam pelaksanaannya

⁷⁷ Dedy Prastyo Wicaksono, Andri Octaviani, *Manajemen Risiko*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press), hlm. 7.

⁷⁸ *Ibid.*, hlm. 8.

⁷⁹ Chairuman Pasaribu, dan Suhrawardi, *Hukum Perjanjian Islam.....*hlm. 95.

juga seringkali terjadi ketidakcocokan antara harapan dari pihak yang menggunakan jasa dengan pihak yang menawarkan jasa tersebut.⁸⁰

Hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan bagi pihak yang menggunakan jasa karena perbedaan antara ekspektasi dari pihak yang menawarkan keahlian atau jasa dengan apa yang diharapkan oleh pihak yang membayar jasa tersebut.

Dalam konteks akad *ijārah ‘ala al-amāl*, secara umum terdapat dua bentuk risiko yang perlu diidentifikasi, yaitu:

- 1) Risiko yang timbul akibat faktor alamiah atau kesalahan yang tidak disengaja dari pihak pekerja dalam melakukan atau mengelola pekerjaannya yang menyebabkan kerusakan atau pailit pada objek akad *ijārah ‘ala al-amāl* sehingga tidak dapat didistribusikan kepada pihak pekerja.⁸¹ Misalnya pada jasa *delivery* makanan yang memungkinkan terjadinya risiko seperti kecelakaan yang disebabkan oleh kelelahan saat bekerja.
- 2) Risiko yang timbul bagi pihak pekerja yang mengandalkan keahliannya untuk melayani semua kliennya sebagai pihak yang membutuhkan jasanya. Dalam konteks *ijārah ‘ala al-amāl*, ini mengacu pada individu atau entitas yang menyediakan layanan untuk kepentingan masyarakat luas, seperti jasa desain grafis, pengacara, dokter, jasa pembuatan denah rumah dan sebagainya.

Dalam pandangan mayoritas ulama, pertanggunggaan risiko tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab pihak pemiliknya. Hal ini karena menurut mayoritas ulama, risiko tersebut muncul secara alamiah dan bukan disebabkan oleh kesalahan yang disengaja oleh pihak pekerja. Oleh karena itu, kerugian yang

⁸⁰ Delima Agustin Nuraini, “Hubungan Lingkungan Kerja, Work Permit, Faktor Manusia, dan Kecelakaan Kerja: Pendekatan Konseptual”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 6, No. 2, (2020). hlm. 105

⁸¹ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*..... hlm. 236.

timbul tidak dapat disalahkan pada pihak pekerja, kecuali jika pihak pekerja dengan sengaja melakukan tindakan tersebut, baik karena alasan emosional maupun faktor lainnya.⁸²



⁸² Nur Khusniyah Indrawati, “Manajemen Risiko Berbasis Spiritual Islam”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 16, No. 2, 2012. hlm 89.

BAB TIGA
KEPATUHAN PELAKSANAAN KERJA DAN PENCAPAIAN TARGET
PENJUALAN SALES DI PT NUSANTARA SAKTI LAMNYONG
MENURUT KONSEP *IJĀRAH ‘ALA AL- ‘AMĀL*

A. Gambaran Umum tentang PT Nusantara Sakti

PT Nusantara Sakti (NSS Group) telah berkecimpung di dunia otomotif sejak era 1960-an sebagai pionir penjualan sepeda motor Honda di Indonesia. Dimulai dari sebuah toko penjualan sepeda motor Honda di Semarang yang didirikan pada tahun 1962 oleh bapak Amo Hartanto Kanadi dan Ibu Hartuti Kanadi, perusahaan ini terus mengembangkan bisnisnya hingga menjadi main *dealer* wilayah Jawa Tengah dan DIY pada tahun 1971.

Dengan visi untuk menjadi *group dealer honda* terbesar dan penyedia pembiayaan terbaik dengan prinsip pelayanan 3T (Tercepat, Termudah, Terpercaya), NSS Group membangun fondasi manajerial yang solid sejak dini.

Seiring berjalannya waktu, Nusantara Sakti merambah berbagai unit usaha, mencakup *dealer* resmi motor Honda, bengkel AHASS, pembiayaan multiguna (M2W dan M4W), distribusi *spare parts* dan oli, jasa pengiriman (NSS Express), properti, hingga furnitur (Ivaro).

Bermula dengan cakupan operasi lokal, pada 1996, NSS mendirikan cabang pertamanya di Jakarta melalui PT Nusantara Surya Sakti, menandai ekspansi perusahaan ke luar Jawa Tengah. Pertumbuhan jaringan *dealer* terus berlanjut, hingga tahun 2010, grup ini sudah memiliki total 87 *dealer* yang tersebar di seluruh Indonesia (17 dengan nama PT Nusantara Sakti, dan 70 PT Nusantara Surya Sakti) bahkan pada 2008, penjualan sepeda motor Honda NSS Group mencapai 141.056 unit, dengan *market share* nasional sekitar 5,7%, sebuah pencapaian signifikan di industri otomotif Indonesia.

Seiring dengan berbagai pencapaian yang telah diraih, PT Nusantara Sakti (NSS Group) semakin mengukuhkan eksistensinya dengan merancang identitas

perusahaan yang terangkum dalam *corporate identity guideline*. Identitas ini tidak hanya sebatas tanda pengenal visual, tetapi merupakan representasi dari jiwa, budaya, dan visi perusahaan. Filosofi yang tertuang dalam elemen grafis menjadi formula penting dalam mengarahkan strategi desain korporasi dan sistem branding Nusantara Sakti ke depan. Identitas ini berperan sebagai media komunikasi strategis dalam menyampaikan pesan perusahaan kepada masyarakat luas, sekaligus membedakan NSS dari para kompetitornya.

Karakter atau personaliti yang melekat pada Nusantara Sakti adalah *innovative, trustworthy, customer-oriented, professional, modern, dan adaptive*. Nilai-nilai ini menjadi fondasi yang membentuk kultur perusahaan serta menjadi pedoman dalam setiap langkah bisnis. Identitas perusahaan dipandang sebagai perangkat menyeluruh yang mencakup atribut, ide, metode, teknik, serta nilai yang mengakar pada karakter dan visi perusahaan. Hal ini sangat penting dalam dunia bisnis, sebab identitas perusahaan termanifestasi dalam sistem branding dan *trademark* yang membangun *positioning* serta memperkuat citra di mata konsumen.

Dalam implementasinya, identitas korporasi Nusantara Sakti diterapkan melalui berbagai media komunikasi seperti logo, warna korporat, tipografi, kartu nama, kop surat, seragam karyawan, media promosi, hingga template presentasi. *Corporate signature* Nusantara Sakti terdiri dari logo Honda sebagai *brand* utama yang diusung, serta *logotype* "Nusantara Sakti" yang merepresentasikan nama besar perusahaan. Kedua elemen tersebut secara umum digunakan sebagai satu kesatuan, meskipun dalam kondisi tertentu dapat diaplikasikan secara terpisah dengan komposisi yang disesuaikan.

Sebagai bagian dari pengembangan bisnis, NSS Group memperluas jaringan *dealer* resmi Honda di berbagai wilayah Indonesia. Dari yang semula hanya sebuah toko sederhana di Semarang pada tahun 1962, perusahaan ini tumbuh pesat hingga menjadi *Main Dealer* Honda Jawa Tengah dan DIY pada tahun 1971. Selanjutnya, pada 1996, NSS melakukan ekspansi strategis ke Jakarta

melalui pendirian PT Nusantara Surya Sakti, yang memperkuat jaringan distribusi dan layanan di luar Jawa Tengah.

Kini, Nusantara Sakti bukan hanya dikenal sebagai dealer resmi sepeda motor Honda, tetapi juga merambah unit usaha lain seperti pembiayaan multiguna (M2W dan M4W), bengkel AHASS, distribusi *spare parts* dan oli, layanan pengiriman (NSS Express), hingga properti dan furnitur (Ivaro). Dengan jaringan lebih dari 80 *dealer* yang tersebar di seluruh Indonesia, NSS Group terus memperkuat *brand identity*-nya sebagai perusahaan yang cepat, terpercaya, dan berorientasi pada pelanggan.

B. Penetapan Beban Kerja dan Target Penjualan Produk Oleh Manajemen PT Nusantara Sakti

Sebagaimana hasil wawancara dengan pihak manajemen PT Nusantara Sakti, diketahui bahwa sistem penetapan target penjualan bagi tenaga sales dealer telah diterapkan sejak awal berdirinya dealer tersebut dan terus mengalami penyesuaian seiring dengan perkembangan kondisi pasar. Pihak manajemen menjelaskan bahwa target penjualan merupakan bagian penting dari sistem kerja *sales* karena dijadikan sebagai tolak ukur kinerja sekaligus dasar dalam pemberian komisi dan insentif.

Menurut keterangan pihak manajemen, penetapan target penjualan tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan didasarkan pada beberapa pertimbangan, seperti kondisi pasar, tingkat permintaan konsumen, capaian penjualan pada periode sebelumnya, serta pengalaman masing-masing tenaga sales. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, perusahaan berupaya agar target yang diberikan tetap berada dalam batas kemampuan tenaga *sales* dealer.⁸³

⁸³ Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, sebagai manajer PT Nusantara Sakti pada tanggal 02 Januari 2026, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh

Pihak manajemen juga menyampaikan bahwa PT Nusantara Sakti pernah menghadapi kondisi dimana pencapaian target penjualan tidak terpenuhi secara maksimal. Hal tersebut umumnya disebabkan oleh faktor eksternal, seperti penurunan daya beli masyarakat, persaingan antar dealer serta keterbatasan stok kendaraan tertentu. Dalam kondisi demikian, perusahaan melakukan evaluasi dan penyesuaian target agar beban kerja yang diberikan kepada tenaga *sales* tidak bersifat memberatkan.

Adapun mekanisme penetapan target penjualan di PT Nusantara Sakti dilakukan secara bertahap. Pihak manajemen melakukan evaluasi terhadap capaian penjualan pada periode sebelumnya untuk mengetahui tingkat kemampuan dan performa masing-masing *sales*. Evaluasi ini menjadi dasar awal dalam menentukan besaran target yang akan diberikan pada periode berikutnya.

Perusahaan mempertimbangkan kondisi pasar dan situasi ekonomi yang sedang berlangsung. Apabila terjadi penurunan minat beli atau kondisi pasar yang kurang stabil, pihak manajemen dapat melakukan penyesuaian target agar tetap realistis. Hal ini dilakukan untuk menghindari tekanan kerja yang berlebihan terhadap tenaga *sales*. Perusahaan juga memperhatikan faktor pengalaman dan masa kerja tenaga *sales*. *Sales* yang memiliki pengalaman lebih lama dan capaian penjualan yang konsisten umumnya diberikan target penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan *sales* baru. Dengan demikian, penetapan target penjualan tidak bersifat seragam, melainkan disesuaikan dengan kemampuan individu masing-masing *sales* dealer.

Selain itu pihak manajemen menjelaskan bahwa target penjualan disampaikan kepada tenaga *sales* secara jelas pada awal periode kerja, baik melalui briefing maupun arahan langsung dari atasan. Penjelasan tersebut mencakup jumlah unit yang harus dicapai, jangka waktu pencapaian, serta konsekuensi yang akan diterima apabila target tercapai maupun tidak tercapai.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tenaga *sales* dealer diketahui bahwa mereka memahami target penjualan sebagai bagian dari tanggung jawab kerja

yang harus dijalankan. Namun demikian, beberapa tenaga *sales* mengungkapkan bahwa target penjualan yang ditetapkan terkadang dirasakan cukup berat, terutama pada kondisi tertentu seperti menurunnya daya beli masyarakat, meningkatnya persaingan antar dealer, serta faktor ekonomi yang kurang stabil. Kondisi pasar yang tidak selalu mendukung tersebut dinilai berpengaruh langsung terhadap kemampuan *sales* dalam mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan.⁸⁴

Meskipun menghadapi berbagai kendala tersebut, tenaga *sales* tetap berupaya menjalankan tugas dan kewajibannya sesuai dengan arahan dan kebijakan manajemen. Upaya yang dilakukan antara lain dengan meningkatkan intensitas promosi, memperluas jaringan calon konsumen, serta mengikuti strategi pemasaran yang telah ditetapkan perusahaan. Hal ini menunjukkan adanya komitmen dan tanggung jawab dari tenaga *sales* dalam melaksanakan beban kerja yang diberikan, meskipun dalam praktiknya terdapat tantangan yang harus dihadapi dalam pencapaian target penjualan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penetapan target penjualan dan beban kerja tenaga *sales* di dealer PT Nusantara Sakti telah dilakukan melalui mekanisme tertentu dengan mempertimbangkan berbagai faktor pendukung. Perusahaan berupaya menjaga keseimbangan antara target yang ditetapkan dan kemampuan tenaga *sales*, meskipun dalam praktiknya masih terdapat tantangan yang memerlukan evaluasi dan penyesuaian secara berkelanjutan.

C. Realisasi dan Evaluasi Target Penjualan Produk Honda Oleh Tenaga *Sales*

Pencapaian target penjualan oleh tenaga sales dealer di PT Nusantara Sakti tidak selalu berjalan secara stabil pada setiap periode penjualan. Berdasarkan hasil

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Ibnu Katsir sebagai sales PT Nusantara Sakti, pada tanggal 20 desember 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

wawancara, diketahui bahwa terdapat periode tertentu di mana tenaga sales mampu mencapai target penjualan yang telah ditetapkan, namun pada periode lain terdapat pula kondisi di mana target tersebut tidak dapat dicapai secara maksimal. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang berasal dari dalam perusahaan maupun faktor di luar kendali tenaga *sales*.

Menurut keterangan pihak manajemen, pencapaian target penjualan sangat dipengaruhi oleh kondisi pasar dan tingkat daya beli konsumen. Apabila minat konsumen terhadap pembelian sepeda motor meningkat, maka pencapaian target relatif lebih mudah direalisasikan. Sebaliknya, apabila terjadi penurunan daya beli atau meningkatnya persaingan antar dealer, maka pencapaian target penjualan cenderung mengalami penurunan. Dalam kondisi demikian, perusahaan menyadari bahwa tidak semua tenaga *sales* dapat mencapai target yang telah ditentukan.⁸⁵

manajemen melakukan pencatatan dan rekapitulasi hasil penjualan yang dicapai oleh masing-masing tenaga *sales* dealer dalam satu periode tertentu. Rekapitulasi ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana target penjualan yang telah ditetapkan dapat direalisasikan oleh tenaga *sales*. Pihak manajemen melakukan penilaian terhadap kinerja tenaga *sales* berdasarkan hasil penjualan yang diperoleh. Penilaian tersebut tidak hanya dilihat dari tercapai atau tidaknya target penjualan, tetapi juga memperhatikan konsistensi kinerja sales dari waktu ke waktu. Dengan demikian, evaluasi kinerja tidak semata-mata berfokus pada hasil penjualan dalam satu periode, melainkan juga pada keberlanjutan kinerja tenaga *sales*. Hasil evaluasi tersebut disampaikan kepada tenaga *sales* melalui pengarahan langsung dari atasan atau melalui pertemuan evaluasi yang dilakukan secara berkala. Dalam proses ini, pihak manajemen memberikan masukan terkait

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, sebagai manajer PT Nusantara Sakti pada tanggal 2 Januari 2026, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh

strategi penjualan yang dapat diterapkan serta arahan untuk meningkatkan pencapaian target pada periode berikutnya.

Apabila tenaga sales dealer tidak mampu mencapai target penjualan yang telah ditetapkan, pihak perusahaan tidak serta-merta memberikan sanksi yang bersifat memberatkan. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa perusahaan lebih mengedepankan pendekatan pembinaan dan evaluasi, seperti memberikan motivasi, arahan kerja, serta penyesuaian strategi penjualan agar tenaga sales tetap dapat bekerja secara optimal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tenaga sales PT Nusantara Sakti, diketahui bahwa realisasi pencapaian target penjualan produk Honda dievaluasi secara berkala oleh pihak manajemen perusahaan. Evaluasi kinerja tersebut umumnya dilakukan melalui pertemuan internal, baik dalam bentuk rapat rutin maupun penyampaian laporan penjualan masing-masing tenaga sales. Dalam proses ini, capaian target setiap individu disampaikan secara terbuka dan jelas, sehingga tenaga sales dapat mengetahui posisi pencapaiannya dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan.

Para tenaga sales menyatakan bahwa evaluasi kinerja yang dilakukan oleh perusahaan pada dasarnya bertujuan untuk menilai sejauh mana efektivitas kerja yang telah mereka lakukan, sekaligus untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dalam pelaksanaan tugas. Melalui evaluasi tersebut, manajemen memberikan umpan balik terkait strategi penjualan, pendekatan kepada konsumen, serta kendala-kendala yang dihadapi di lapangan. Hal ini dipahami oleh tenaga sales sebagai bentuk pengawasan dan pembinaan agar kinerja penjualan dapat terus ditingkatkan.⁸⁶

Namun, dalam praktiknya, tenaga sales juga mengungkapkan bahwa terdapat tekanan kerja yang cukup dirasakan, terutama ketika target penjualan

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Ahmad Fauzan sebagai sales PT Nusantara Sakti, pada tanggal 25 desember 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

belum tercapai sesuai dengan ketentuan perusahaan. Tekanan tersebut dapat muncul dalam bentuk tuntutan pencapaian target pada periode berikutnya, perbandingan kinerja antar sales, serta dorongan untuk meningkatkan penjualan dalam waktu yang relatif terbatas. Meskipun demikian, sebagian besar tenaga sales menyatakan tetap berusaha menjalankan tugas dan kewajibannya secara profesional sesuai dengan arahan dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Tenaga sales juga menjelaskan bahwa ketika target belum tercapai, perusahaan tidak serta-merta memberikan sanksi yang bersifat langsung, melainkan lebih menekankan pada proses evaluasi dan perbaikan kinerja. Sales didorong untuk meningkatkan upaya pemasaran, memperbaiki cara komunikasi dengan konsumen, serta mengikuti strategi penjualan yang ditetapkan oleh manajemen. Dengan demikian, proses evaluasi tidak hanya dipahami sebagai alat penilaian semata, tetapi juga sebagai sarana untuk memperbaiki kinerja dan mendorong pencapaian target penjualan di periode selanjutnya.

Dengan demikian, pencapaian dan evaluasi target penjualan tenaga sales dealer di PT Nusantara Sakti Lamnyong dilakukan melalui mekanisme yang terstruktur dan berkelanjutan. Evaluasi kinerja tidak hanya berfungsi sebagai alat pengukuran pencapaian target, tetapi juga sebagai sarana perbaikan dan peningkatan kinerja tenaga sales dealer agar tujuan penjualan perusahaan dapat tercapai.

D. Analisis Sistem Kerja dan Pencapaian Target Sales Pada PT Nusantara Sakti Menurut Konsep *Ijārah ‘Ala Al- ‘Amāl*

Hubungan kerja antara PT Nusantara Sakti Lamnyong dan tenaga sales dealer pada dasarnya merupakan hubungan kerja berbasis jasa, di mana tenaga sales memberikan jasa berupa kegiatan pemasaran dan penjualan produk sepeda motor Honda, sedangkan pihak perusahaan memberikan imbalan atas jasa yang telah diberikan. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa sejak awal

bekerja tenaga sales dealer telah memperoleh penjelasan mengenai ruang lingkup pekerjaan, target penjualan yang harus dicapai, serta sistem imbalan yang akan diterima. Penjelasan tersebut menjadi dasar kesepakatan antara kedua belah pihak sebelum pekerjaan dijalankan.

Pihak manajemen menjelaskan bahwa sistem kerja yang diterapkan kepada tenaga sales dealer disusun untuk memastikan adanya kejelasan hak dan kewajiban masing-masing pihak. Tenaga sales memiliki kewajiban untuk menjalankan aktivitas penjualan sesuai dengan target yang ditetapkan, sedangkan perusahaan berkewajiban memberikan imbalan berupa gaji pokok serta komisi dan insentif apabila target penjualan tercapai. Dengan adanya kejelasan tersebut, maka objek kerja (*ma'lūm al-'amal*) dan imbalan kerja (*ma'lūm al-ujrah*) telah ditentukan secara jelas sejak awal akad kerja berlangsung.⁸⁷

Dalam praktiknya, pencapaian target penjualan memiliki pengaruh langsung terhadap besaran imbalan yang diterima oleh tenaga sales dealer. Apabila target penjualan dapat dicapai, maka tenaga sales berhak memperoleh tambahan komisi dan insentif sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati. Sebaliknya, apabila target penjualan tidak tercapai, tenaga sales hanya menerima gaji pokok tanpa tambahan insentif. Meskipun demikian, berdasarkan keterangan tenaga sales dealer, pembayaran gaji pokok tetap dilakukan secara tepat waktu oleh perusahaan, sehingga tidak terdapat unsur penahanan upah yang dapat merugikan tenaga sales.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tenaga sales dealer, sistem imbalan yang diterapkan oleh PT Nusantara Sakti Lamnyong pada umumnya dipahami sebagai konsekuensi dari sistem kerja berbasis target. Tenaga sales menyadari bahwa komisi dan insentif merupakan bentuk penghargaan atas kinerja penjualan yang dicapai. Namun demikian, dalam kondisi tertentu, seperti ketika daya beli

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, sebagai manajer PT Nusantara Sakti pada tanggal 2 Januari 2026, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh

konsumen menurun atau persaingan pasar meningkat, pencapaian target menjadi lebih sulit, sehingga berpengaruh terhadap besaran imbalan yang diterima. Kondisi ini menuntut adanya keseimbangan antara target yang ditetapkan dan kemampuan tenaga sales dalam menjalankan pekerjaannya.⁸⁸

Jika ditinjau dari konsep *ijārah ‘ala al-amāl*, sistem kerja yang diterapkan di PT Nusantara Sakti Lamnyong telah memenuhi rukun dan syarat akad *ijārah*, yaitu adanya pihak yang berakad, adanya objek akad berupa jasa, adanya imbalan yang jelas, serta adanya kesepakatan antara kedua belah pihak. Selain itu, pelaksanaan kerja dilakukan berdasarkan kerelaan masing-masing pihak tanpa adanya paksaan, sehingga akad kerja tersebut dapat dinilai sah menurut hukum Islam.

Lebih lanjut, konsep *ijārah* juga menekankan pentingnya prinsip keadilan dan keseimbangan dalam hubungan kerja. Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan telah berupaya menjaga prinsip tersebut melalui penetapan target yang disesuaikan dengan kemampuan tenaga sales, serta melalui evaluasi dan pembinaan ketika target tidak tercapai. Upaya ini menunjukkan adanya ikhtiar dari pihak perusahaan untuk menghindari unsur ketidakadilan dan ketidakjelasan dalam pelaksanaan kerja.

Dengan demikian, sistem kerja dan pencapaian target penjualan tenaga sales dealer di PT Nusantara Sakti Lamnyong secara umum telah sejalan dengan konsep *ijārah ‘ala al-amāl* dalam hukum Islam. Meskipun masih terdapat tantangan dalam pelaksanaan kerja berbasis target, sistem tersebut telah memenuhi unsur kejelasan akad, kejelasan imbalan, serta prinsip keadilan antara perusahaan dan tenaga sales dealer. Oleh karena itu, praktik kerja yang diterapkan dapat dikatakan sesuai dengan prinsip hukum Islam, selama tetap dilakukan

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Ahmad Fauzan sebagai sales PT Nusantara Sakti, pada tanggal 25 desember 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

evaluasi dan penyesuaian secara berkelanjutan agar keseimbangan antara beban kerja dan imbalan tetap terjaga.



BAB EMPAT

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Penetapan beban kerja dan target penjualan produk Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong dilakukan secara bertahap dan berjenjang sesuai dengan masa kerja, pengalaman, serta jenis tugas tenaga sales. Sistem ini bertujuan untuk memberikan kesempatan adaptasi bagi sales baru serta mendorong peningkatan kinerja bagi sales yang telah berpengalaman. Penentuan target yang berbeda antara sales dealer dan sales lapangan menunjukkan adanya penyesuaian beban kerja berdasarkan karakteristik dan tantangan masing-masing posisi.
2. Realisasi pencapaian target penjualan produk Honda oleh tenaga sales di PT Nusantara Sakti Lamnyong secara umum berada pada kisaran rata-rata 80% dari target yang telah ditetapkan. Pencapaian ini didukung oleh adanya sistem evaluasi kinerja yang dilakukan secara rutin dan berkelanjutan melalui monitoring harian, evaluasi bulanan, serta briefing mingguan. Evaluasi tersebut tidak hanya digunakan untuk menilai capaian target, tetapi juga sebagai sarana untuk mengidentifikasi kendala, menyusun strategi penjualan, dan meningkatkan efektivitas kerja tenaga sales.
3. Berdasarkan analisis menurut konsep *ijārah ‘ala al-‘amāl*, sistem kerja dan pencapaian target sales di PT Nusantara Sakti Lamnyong pada prinsipnya diperbolehkan dalam perspektif *fiqh muamalah* karena telah memenuhi unsur manfaat jasa, kejelasan jenis pekerjaan, serta adanya imbalan berupa gaji, komisi, dan insentif. Namun demikian, pelaksanaannya belum sepenuhnya mencerminkan prinsip keadilan dan kepastian akad, khususnya terkait kejelasan akad kerja secara tertulis, transparansi ketentuan target dan insentif, serta keseimbangan antara beban kerja dan

kompensasi yang diterima oleh tenaga sales. Oleh karena itu, diperlukan penyempurnaan sistem kerja agar lebih selaras dengan prinsip keadilan dan kepastian hukum dalam akad *ijārah ‘ala al-‘amāl*.

B. Saran

Berdasarkan Kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran atau rekomendasi sebagai berikut:

1. PT Nusantara Sakti Lamnyong, disarankan untuk menyusun dan menerapkan akad kerja tertulis yang lebih jelas dan rinci, khususnya terkait penetapan target penjualan, pembagian beban kerja, sistem evaluasi kinerja, serta mekanisme pemberian gaji, komisi, dan insentif. Kejelasan akad ini diperlukan agar tidak menimbulkan ketidakpastian (*gharar*) serta dapat menjamin terpenuhinya prinsip keadilan dan kerelaan antara kedua belah pihak sesuai dengan konsep *ijārah ‘ala al-‘amāl*.
2. Tenaga sales, diharapkan dapat meningkatkan profesionalisme, kedisiplinan, dan kemampuan strategi pemasaran dalam menjalankan tugasnya, baik melalui pemanfaatan media promosi, peningkatan komunikasi dengan konsumen, maupun pengembangan kompetensi diri melalui pelatihan yang disediakan perusahaan. Upaya tersebut penting agar pencapaian target penjualan dapat lebih optimal serta selaras dengan tanggung jawab kerja yang telah disepakati dalam akad kerja.
3. Sebagai rekomendasi akademik, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih mendalam penerapan akad *ijārah ‘ala al-‘amāl* dalam sistem kerja penjualan, baik melalui pendekatan komparatif antar perusahaan maupun analisis yang lebih spesifik terhadap keseimbangan antara beban kerja dan kompensasi. Kajian lanjutan ini diharapkan mampu memperkaya khazanah keilmuan hukum ekonomi syariah serta memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan sistem kerja yang adil dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Misno, Fiqh Muamalah Al-Maliyah: Hukum Ekonomi dan Bisnis Syariah, (Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media, 2021).
- Abdul Manan, Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama, (Jakarta: Kencana, 2012).
- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2004.
- Adiwarman Karim, Ekonomi Mikro Islam, (Jakarta: 3T Islam, 2002).
- Ahmad Fauzi, "The Wage System (Ijarah) In Islam: A Comparative Perspective of the Scholars," *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2021).
- Ahmad Wardi Muchlis, Fiqh Muamalah, (Jakarta: Amzah, 2010).
- Ahmad Wardi Muslich, Fiqh Muamalat, Cet. Ke-2, (Jakarta: Amzah, 2013).
- Ahmad Wardi Muslich, Fiqih Muamalat, (Jakarta, Amzah, 2010).
- Ahmad Warson, Al-Munawir Kamus Arab-Indonesia, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997).
- Alexander Thian, Manajemen Risiko Bisnis, (Yogyakarta: ANDI, 2021).
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* Bandung: Alfabeta, 2016.
- Any Nugroho, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Aswaja Presindo, 2015.
- Atabik Ali, Ahmad Zuhdi Muhdlor, Kamus Kontemporer Arab-Indonesia, (Yogyakarta: Multi Karya Grafika).
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi V Jakarta: Kemdikbud, 2016.
- Chairuman Pasaribu, Suhrawardi, Hukum Perjanjian Islam, (Jakarta: Sinar Grafika, 1994).
- Cinta Abdilawati Hutapea "Kajian Kinerja Sales dan Relasinya Dengan Performa Perusahaan Menurut Akad Ijârah 'Ala Al-'Amâl Studi Pada PT Masmedia Buana Pustaka Cabang Aceh", *Skripsi* Banda Aceh: Fakultas Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2025
- Dedy Prastyo Wicaksono, Andri Octaviani, Manajemen Risiko, (Yogyakarta:

- Pustaka Baru Press).
- Delima Agustin Nuraini, “Hubungan Lingkungan Kerja, Work Permit, Faktor Manusia, dan Kecelakaan Kerja: Pendekatan Konseptual”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 6, No. 2, (2020).
- Dicky Okta Zulkifli, “Sistem Kerja Dalam Pencapaian Target Penjualan di Alfamart Kota Bengkulu Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”, *Skripsi*, Bengkulu: Fakultas Syari’ah Universita Islam Negeri Fatmawati Sukarno, 2022
- Diyamuddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka, 2008)
- Djohar Arifin, “Substansi Akad Dalam Transaksi Syariah”, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1 (2014).
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Revisi Yogyakarta: Andi, 2019.
- Fatwa DSN No. 112/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Ijarah.
- Ghufron A. Masadi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002).
- Hanafi, Mahmud M, *Manajemen Risiko*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014).
- Hasil wawancara dengan Ahmad Fauzan sebagai sales PT Nusantara Sakti, pada tanggal 25 desember 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.
- Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, pada tanggal 4 Mei 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.
- Hasil wawancara dengan Ibnu Katsir, pada tanggal 15 Mei 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.
- Hasriani “Analisis Sistem Penjualan Kendaraan Bermotor Pada Kantor CV. Mitra Angkasa Jaya Utama Maju Kabupaten Gowa”, *Skripsi*, Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.
- Helmi Karim, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Al-Ma’arif, 2002).
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002).
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses melalui situs: <https://kbbi.web.id/sistem> pada tanggal 19 mei 2025/14:56 WIB.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses melalui situs: <https://kbbi.web.id/kerja> pada tanggal 19 mei 2025/14:56 WIB.
- Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Muhammad Ibn Yazid Abu Abd Allah Al-Qazwiniyy, *Sunan Ibn Majah*, (Beirut: Dar Al-Fikr, t.th), Juz 2.
- Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Musyaffa Rafiqie & Erfan Habibi, “Konsep Ijarah ala al-‘Amal dalam Penetapan Ujrah Buruh Tani Cabai Perspektif Hukum Ekonomi Syariah,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syari’ah* (Aghnina)

- Nasroen Harun, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2009.
- Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah Cet. Ke-2* Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Nur Khusniyah Indrawati, "Manajemen Risiko Berbasis Spiritual Islam", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 16, No. 2, 2012.
- Nur M Rabbani "Pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan dalam pencapaian penjualan menurut ekonomi islam studi kasus pada PT Agung Toyota cabang takuk Kuantan Kabupaten Akuantan Singing", *Skripsi*, Riau: Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2019
- Oxford Learner's Dictionary*, "Sales," diakses pada tanggal 21 Mei 2025.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 17th ed. New Jersey: Pearson Education, 2018.
- Qal'ahji, Muhammad Rawwas, *Ensiklopedi Fiqh Umar bin Khattab*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999).
- QS. Az-Zukhruf (43): 32
- Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001).
- Rinanda Suci Syahfitri, dkk "Analisis Kinerja Tim Terhadap Target Penjualan Pada Karyawan Took Pioneer Mmtc Medan", *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, Vol: 1 No: 10, Desember 2024
- S. Nasution, *Metode Reaserch (penelitian Ilmiah)*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, alih bahasa Mujahidin Muhayan, (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2009).
- Shahih al-Bukhari (IV442, No. 442).
- Sohari Sahrani, Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011).
- Syaikh Abdurrahman Al Juzairi, *Fikih Empat Madzhab*, Jilid 4 (Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2015).
- Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Jilid 5, Damaskus: Dar al-Fikr, 1989.

LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Penetapan Pembimbing Skripsi



**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH**
Nomor: 3393/Un.08/FSH/PP.00.9/08/2025

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR MAHASISWA

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan KKU Skripsi pada Fakultas Syariah dan Hukum, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing KKU Tugas Akhir tersebut;

b. Bahwa yang namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing KKU Tugas Akhir.

c. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan keputusan Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;

2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;

3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;

4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;

5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 04 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;

6. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri IAIN Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri;

7. Keputusan Menteri Agama 492 Tahun 2003 tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS di lingkungan Departemen Agama RI;

8. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;

9. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;

10. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tentang Pemberi Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur Program Pasca Sarjana dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : **KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH TENTANG BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

KESATU : Menunjuk Saudara (i):

a. Dr. Iur. Chairul Fahmi, M.A. Sebagai Pembimbing I

b. Azka Amalia Jihad, M.E.I. Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing KKU Skripsi Mahasiswa (i):

Nama : Ayryn Sazwa Fildzia

NIM : 220102106

Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : Sistem Kerja dan Pencapaian Target Sales Pada Penjualan Produk Honda Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong menurut Konsep Ijarah 'Ala Al-Amal

KEDUA : Kepada pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

KETIGA : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2025;

KEEMPAT : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Banda Aceh
pada tanggal 06 Agustus 2025
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM,



KAMARUZZAMAN

Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

Lampiran 2 Surat Permohonan Melakukan Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh Telp/Fax. : 0651-752921

Nomor : 142/Un.08/FSH.I/PP.00.9/01/2026

Lamp : -

Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

PT Nusantara Sakti Lamnyong

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

NIM : 220102106

Nama : AYRIN SAZWA FILDZIA

Program Studi/Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Alamat : Jln. Blang bintang lama Tungkop Lam ujong

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **SISTEM KERJA DAN PENCAPAIAN TARGET SALES PADA PENJUALAN PRODUK HONDA PADA PT NUSANTARA SAKTI LAMNYONG MENURUT KONSEP IJARAH AL-AMAL**

Banda Aceh, 20 Januari 2026

An. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



Hasnul Arifin Melayu, M.A., Ph.D.

NIP. 197111251997031002

Berlaku sampai : 20 Februari 2026

Lampiran 3 Protokol Wawancara 1

PROTOKOL WAWANCARA

Judul Skripsi : Sistem Kerja dan Pencapaian Target Sales Pada Penjualan Produk Honda Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong Menurut Konsep *Ijārah ‘Ala Al-‘Amāl*

Waktu Wawancara : 09.00 – 11.00 WIB

Hari/Tanggal : Senin/ 02 januari 2026

Tempat : PT Nusantara Sakti Lamnyong

Orang yang diwawancarai: Manager PT Nusantara Sakti

No	Daftar Pertanyaan Wawancara
1	Apakah pertimbangan utama perusahaan dalam menetapkan target penjualan bagi <i>sales dealer</i> ?
2	Bagaimana penyesuaian target dilakukan jika kemampuan <i>sales</i> atau kondisi pasar berubah?
3	Bagaimana perusahaan memantau dan menilai pencapaian target penjualan <i>sales dealer</i> ?
4	Kebijakan apa yang diterapkan ketika <i>sales dealer</i> belum mencapai target penjualan?
5	Bagaimana sistem pemberian gaji, komisi, dan insentif kepada <i>sales dealer</i> ?
6	Sejauh mana hak dan kewajiban <i>sales</i> dijelaskan sejak awal bekerja?
7	Menurut manajemen, bagaimana penerapan prinsip keadilan dalam hubungan kerja dengan <i>sales dealer</i> ?

Lampiran 4 Protokol Wawancara 2

PROTOKOL WAWANCARA

Judul Skripsi : Sistem Kerja dan Pencapaian Target Sales Pada Penjualan Produk Honda Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong Menurut Konsep *Ijārah ‘Ala Al-‘Amāl*

Pihak yang diwawancarai : Sales PT Nusantara Sakti

No	Daftar Pertanyaan Wawancara
1	Bagaimana anda memahami target penjualan yang diberikan oleh perusahaan?
2	Menurut anda, apakah target tersebut sesuai dengan kemampuan dan kondisi kerja anda?
3	Sejauh mana anda mampu mencapai target penjualan yang ditetapkan?
4	Kendala utama apa yang sering anda hadapi dalam mencapai target?
5	Bagaimana perusahaan menilai dan mengevaluasi kinerja anda?
6	Bagaimana pengalaman anda terkait penerimaan gaji, komisi, dan insentif?
7	Menurut anda, apakah sistem kerja yang berlaku sudah adil dan sesuai dengan nilai islam?

Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara



Gambar 1: Wawancara bersama Bapak Fitriady Avid di PT Nusantara Sakti



Gambar 2: Wawancara bersama Bapak Ibnu Katsir dan ahmad fauzan, sales di PT Nusantara Sakti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Ayrin Sazwa Fildzia
Tempat, Tanggal Lahir : Banda Aceh, 04 februari 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan / Suku : Indonesia / Aceh
Status Perkawinan : Belum Kawin
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Lam Ujong, Tungkop, Kec. Darussalam, Kota
Aceh Besar

Nama Orang Tua

Ayah : Prof. Dr. H. Muhammad Maulana, M. Ag
Ibu : Erliyana, S. T

Jenjang Pendidikan

Tahun 2010-2016 : SD Islam Al-Azhar Cairo Banda Aceh
Tahun 2016-2019 : SMP Negeri 8 Banda Aceh
Tahun 2019-2022 : MAN 3 Banda Aceh

Banda Aceh, 21 Januari 2026

Penulis

Ayrin Sazwa Fildzia