

**SISTEM PENETAPAN TARGET PENJUALAN
MOTOR PADA PT NUSANTARA SAKTI LAMNYONG DAN
RELASINYA DENGAN BONUS MENURUT AKAD *SAMSARAH***

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

SYARIFAH ZURRAHMAH PUTRI
NIM. 220102139

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

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
TAHUN 2026 M /1448 H**

**SISTEM PENETAPAN TARGET PENJUALAN
MOTOR PADA PT NUSANTARA SAKTI LAMNYONG DAN
RELASINYA DENGAN BONUS MENURUT AKAD *SAMSARAH***

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S-1)
Dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syari'ah

Diajukan Oleh

SYARIFAH ZURRAHMAH PUTRI
NIM. 220102139

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

Disetujui untuk diuji/di *munaqasyah* kan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. Muhammad Maulana, M. Ag.
NIP. 197204261997031002



Dr. Mahdalena Nasrullah, S.Ag., MHI
NIP. 197903032009012011

**SISTEM PENETAPAN TARGET PENJUALAN
MOTOR PADA PT NUSANTARA SAKTI LAMNYONG DAN
RELASINYA DENGAN BONUS MENURUT AKAD *SAMSARAH***

SKRIPSI

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (S-1)
dalam Ilmu Hukum
Ekonomi Syari'ah (Muamalah)
Pada Hari/Tanggal: Kamis, 16 Juli 2026 M
01 Safar 1448 H
di Darussalam, Banda Aceh
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi:

Ketua,


Prof. Dr. Muhammad Maulana, M.Ag
NIP. 197204261997031002

Sekretaris,



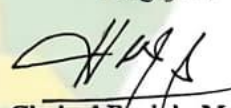
Dr. Mahdalena Nasrun, S. Ag., MHI
NIP. 197903032009012011

Penguji I,



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

Penguji II,



Chairul Bariah, M.H
NIP. 198604162025212044

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Prof. Dr. Kamaruzzaman, M.Sh
NIP. 197809172009121006



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**

Jl. Sheikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: fsh@ar-raniry.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syarifah Zurrahmah Putri
Nim : 220102139
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 plagiasi 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, 20 Juni 2026

Yang menyatakan




Syarifah Zurrahmah Putri

ABSTRAK

Nama : Syarifah Zurrahmah Putri
NIM : 220102139
Fakultas/Prodi : Syari'ah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syari'ah
Judul : Sistem Penetapan Target Penjualan Motor Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong dan Relasinya Dengan Bonus Menurut Akad *Samsarah*
Tanggal Sidang : 16 Juli 2026
Tebal Skripsi : 73 Halaman
Pembimbing I : Prof. Dr. H. Muhammad Maulana, M. Ag.
Pembimbing II : Dr. Mahdalena Nasrun, S.Ag., MHI
Kata Kunci : Sistem Target Penjualan, Bonus, Akad *Samsarah*, *Sales*, Fiqh Muamalah

Sistem penetapan target penjualan merupakan salah satu mekanisme yang digunakan untuk mengukur dan meningkatkan produktivitas tenaga *sales*. Dalam praktiknya, target penjualan di PT Nusantara Sakti Lamnyong berkaitan erat dengan pemberian gaji, bonus, komisi, evaluasi kinerja tenaga *sales*, serta evaluasi besaran target yang akan ditetapkan. Namun, terdapat kondisi tertentu di mana target yang ditetapkan dianggap cukup berat oleh sebagian *sales*. Penelitian ini mengkaji sistem penetapan target penjualan motor dalam meningkatkan omzet, hubungan antara target penjualan dengan pemberian bonus kepada karyawan, serta perspektif akad *samsarah* terhadap penetapan target penjualan dan relasinya dengan bonus di PT Nusantara Sakti Lamnyong. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan normatif empiris. Data diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi yang dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian yaitu sistem penetapan target penjualan ditentukan berdasarkan kondisi pasar, tingkat permintaan, masa kerja, pengalaman, dan jenis penempatan tenaga *sales*. Pencapaian target menjadi dasar evaluasi kinerja, pemberian gaji, komisi, bonus, serta perpanjangan kontrak kerja yang menunjukkan keterkaitan erat antara hubungan target dan bonus karena besaran bonus ditentukan oleh tingkat pencapaian target penjualan. Dalam perspektif akad *samsarah*, praktik kerja *sales* pada dasarnya telah sesuai dengan konsep *simsār* sebagai perantara yang memperoleh imbalan atas jasa pemasaran dan penjualan yang dilakukan, walaupun ada beberapa praktik yang harus dievaluasi oleh perusahaan. Dengan demikian, sistem penetapan target dan pemberian bonus di PT Nusantara Sakti Lamnyong secara umum telah sesuai dengan konsep akad *samsarah*, meskipun masih diperlukan perbaikan pada aspek pemberian imbalan kepada tenaga *sales*.

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Sistem Penetapan Target Penjualan Motor Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong dan Relasinya Dengan Bonus Menurut Akad *Samsarah*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) pada Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Saw yang telah membawa ajaran Islam sebagai pedoman hidup yang menjunjung keadilan dan kemaslahatan.

Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari proses akademik yang menuntut ketekunan, kesungguhan, serta tanggung jawab ilmiah. Dalam proses tersebut, penulis memperoleh banyak bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Maulana, M. Ag. selaku Pembimbing I dan Ibu Dr. Mahdalena Nasrun, S.Ag., M.HI. selaku Pembimbing II. Kepada Bapak Prof. Dr. Muhammad Maulana, M.Ag., penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan yang telah diberikan sejak tahap awal penyusunan proposal penelitian. Mulai dari perumusan ide penelitian, penyusunan latar belakang, rumusan masalah, penyusunan kerangka teori, hingga penentuan metode penelitian, arahan dan masukan yang beliau berikan menjadi fondasi utama dalam penyusunan skripsi ini. Kesabaran, ketelitian, serta konsistensi beliau dalam membimbing penulis sangat membantu dalam membangun kerangka berpikir ilmiah yang sistematis dan terarah. Selanjutnya, kepada Ibu Dr. Mahdalena Nasrun, S.Ag., M.HI., penulis

mengucapkan terima kasih atas bimbingan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi. Arahan, saran, dan koreksi yang beliau berikan sangat berarti dalam proses penyempurnaan pembahasan yang berkaitan dengan Sistem Penetapan Target Penjualan Motor Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong dan Relasinya Dengan Bonus Menurut Akad *Samsarah*. Kontribusi beliau turut memperkuat substansi dan kualitas akademik skripsi ini. Semoga segala ilmu, waktu, dan dedikasi yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah Swt.

2. Teristimewa, kepada kedua orang tua tercinta Abah Said Husen dan Ibu Imelda.S terima kasih atas segala pengorbanan, do'a, cinta, kasih sayang, motivasi, semangat dan nasehat. Dengan segala kesulitan, Abah dan Ibu selalu menjadi sumber kekuatan dan tempat Kembali penulis apabila lelah dalam setiap proses yang dijalani. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, kebahagiaan, umur yang panjang, serta membalas seluruh kebaikan, pengorbanan dan keikhlasan Abah dan Ibu dengan pahala yang berlipat ganda.
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. Bapak Muhammad Syuib, SHI, MH, M.Leg.St. 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. Kepada cinta kasih abang, kakak dan adik penulis yaitu Said Muhammad Ali Nafiah, Aja Syarifah Kamelia, Said Maulana Zikry dan Syarifah Indah Salsabila yang selalu menjadi tempat pulang penulis ketika penat. Kepada dua

sepupu terdekat penulis Tasya Maulida dan Afifa Adelianda yang telah menjadi tempat berkeluh kesah sedari kecil hingga sekarang. Tidak lupa pula kepada Pak Andung Syahbudin MY dan Mak Andung Nisma serta keluarga besar Limpul Jaya 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. Audia Humaira, Ayrin Saswa Filzia, Nadiatul Saravina, Nisa Putri Syahrani, Nisrina Nafisha, Nurul Izzati, Rihhadatul Aisyi, Usi Hadiatun Fitri, dan Yumna syakila, anggota grup sesaat yang sudah menjadi sahabat serta seperjuangan penulis dari semester satu hingga akhir.
7. Wiva Uzliah, Fathin Nazira Raisa, dan Jenny Billya Chairoline anggota grup kiw kiww yang telah menjadi semangat, pengingat, pendukung yang luar biasa serta menjadi keluarga baru bagi penulis selama di perantauan.
8. Rio Seftiawan, Aldi Pujangga Tanjung, Arlida Yanti, Fayedh Firzatillah, Nisfa Wisda Seftianti, M. Bintang Al- Ghifari, Muhammad Faruq, Syauqi Abrar, dan Thirafi Fathir Hidayat anggota grup *Home Family*, sahabat sedari MAN yang selalu memberikan dorongan menjadi lebih baik lagi tanpa henti.
9. Agil Fernanda, Nisa Putri Syahrani, Shiddiqia, dan Wafa Ibra Syahra anggota grup gowes yang selalu memberikan rasa aman, nyaman dalam setiap tawa dan dukungan tulus selama menjalani proses perkuliahan.
10. Agung Fatwa Umara, Awiskarni, Nisa Putri Syahrani, Noval Faiz Anugrah Harahap, Muhammad Shidqi T, dan M. Shabri Putra anggota grup *badminton* yang selalu menjadi teman *healing* dan selalu memberikan ruang kebersamaan yang penuh makna dan kebahagiaan.
11. Safhira, Rizki Maulana, dan Muhammad Raihan teman magang yang telah memberikan dukungan, bantuan dan kebersamaan selama proses magang di kantor Notaris Gita Melisa. Kehadiran kalian sangat berharga, tidak hanya karena membantu dalam menyelesaikan tanggung jawab dan tugas, tetapi juga menjadi sumber pembelajaran yang sangat berharga.

12. Teman-teman KPM kelompok 7 desa Ateuk Pahlawan, Nadia, Ula, Lisa, Kishra, Yana, Ghaisa, Mursyidah, Deriyansyah, Taqya, Faiz, Aga dan David yang memberikan pengalaman berharga, kerja sama serta kebersamaan selama masa pengabdian kepada masyarakat.
13. 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.
14. 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, 20 Juni 2026

Penulis,

Syarifah Zurrahmah Putri

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)
ت	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	Žal	Ž	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	Şād	Ş	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</i> dan <i>yā'</i>	Ai	a dan i
...وُ	<i>fathah</i> dan <i>wāu</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ -*kataba* سُنِيَ -*su'ila*
 كَيْفَ -*kaifa* هَوَلَ -*hauila*
 فَعَلَ -*fa'ala* ذَكَرَ -*žukira*
 يَذْهَبُ -*yažhabu*

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
...يَ...اَ	<i>fathah</i> dan <i>alīf</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
...يِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
...وُ	<i>ḍammah</i> dan <i>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 *ḍammah*, 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*

طَلْحَةُ -*ṭalḥah*

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*

الْبِرِّ -*al-birr* الْحَجِّ -*al-ḥajj*

نُعَمِّ -*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 *syamsiyyahi* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

رَجُلٌ	-ar-rajulu	اسَيِّدَةٌ	-as-sayyidatu
اَشْمَسُ	-asy-syamsu	الْقَلَمُ	-al-qalamu
الْبَدِيعُ	-al-badī'u	الْخَالُ	-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
أَمَرْتُ	-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:

وَإِنَّا لِلَّهِ لَهَوَّخَيْرُ الرَّازِقِينَ

-*Wa inna Allāh lahuwa khair ar-rāziqīn*

-*Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn*

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

-*Fa auf al-kaila wa al-mīzān*

-*Fa auful-kaila wal- mīzān*

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ

-*Ibrāhīm al-Khalīl*

-*Ibrāhīmul Khalīl*

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

-*Bismillāhi majrahā wa mursāh*

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ

-*Wa lillāhi ‘ala an-nāsi ḥijju al-baiti*

مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

-*Man istaṭā‘a ilahi sabīla*

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

-*Wa mā Muhammadun illā rasul*

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ

-*Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi*

لِلَّذِي بَكَتْهُ مَبَارَكَةٌ

-*lallaẓī bibakkata mubārakkan*

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

-*Syahru Ramaḍān al-laẓi unzila fīh al Qur’ānu*

-*Syahru Ramaḍ ānal-laẓi unzila fīhil qur’ānu*

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

-*Wa laqad ra’āhu bil-ufuq al-mubīn*

-*Wa laqad ra’āhu bil-ufuqil-mubīni*

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

-*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	- <i>Nasrun minallāhi wa fathun qarīb</i>
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	- <i>Lillāhi al-amru jamī'an</i>
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	- <i>Wallāha bikulli syai'in 'alīm</i>

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: Şamad 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 TABEL

Tabel 3.1 Pendapatan dan Pencapaian target penjualan <i>sales</i> PT Nusantara Sakti Lamnyong	51
Tabel 3.2 Sistem Penetapan Target Penjualan Berdasarkan Masa Kerja <i>Sales Dealer</i> PT Nusantara Sakti Lamnyong	53
Tabel 3.3 Sistem Penetapan Target Penjualan Berdasarkan Masa Kerja <i>Sales Lapangan</i> PT Nusantara Sakti Lamnyong.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

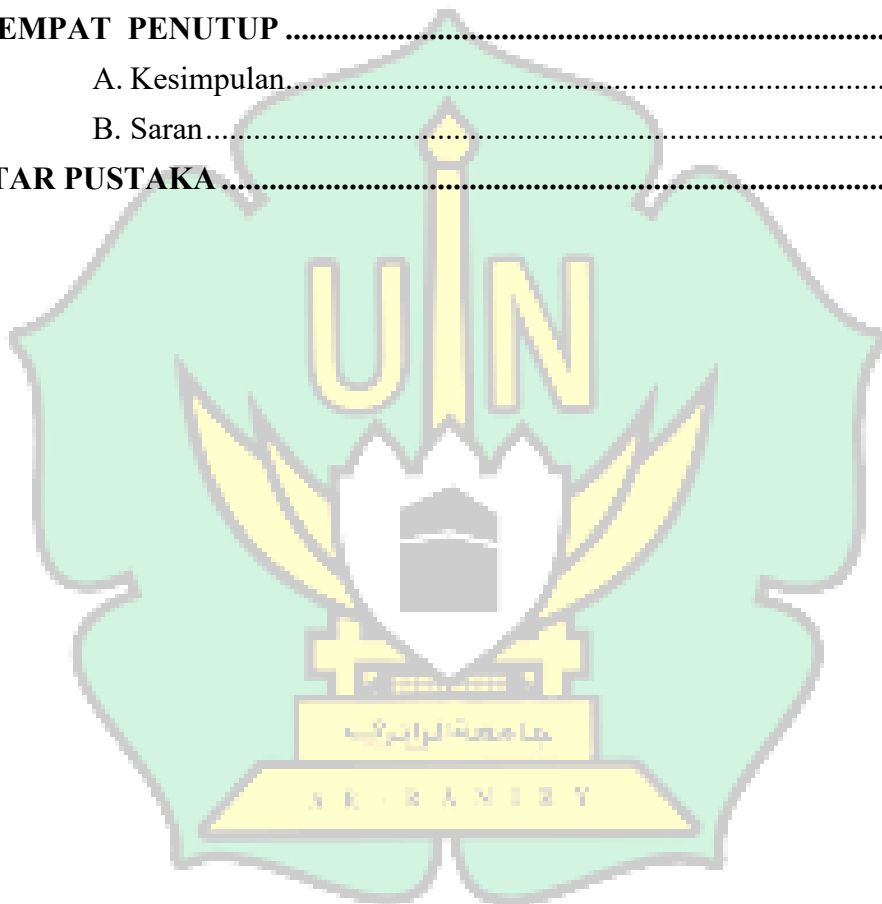
Lampiran 1 SK Pembimbing Skripsi.....	73
Lampiran 2 Surat Permohonan Penelitian.....	74
Lampiran 3 Protokol Wawancara 1	75
Lampiran 4 Protokol Wawancara 2	76
Lampiran 5 Dokumentasi	77



DAFTAR ISI

LEBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH Error! Bookmark not defined.	
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
TRANSLITERASI ARAB LATIN	x
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
DAFTAR ISI.....	xix
BAB SATU PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Penjelasan Istilah.....	7
E. Kajian Pustaka.....	10
F. Metode Penelitian.....	15
G. Sistematika Pembahasan	19
BAB DUA KONSEP AKAD SAMSAH DAN PENETAPAN TARGETNYA MENURUT FIQH MUAMALAH.....	21
A. Pengertian <i>Samsarah</i> dan Dasar Hukumnya.....	21
B. Rukun dan Syarat <i>Samsarah</i>	31
C. Pendapat Ulama Tentang Akad <i>Samsarah</i>	33
D. Peran dan Tanggung Jawab <i>simsār</i> dalam Pelaksanaan Akad <i>Samsarah</i>	39
E. Ketentuan Upah sebagai <i>Fee</i> dalam Akad <i>Samsarah</i>	43
BAB TIGA SISTEM PENETAPAN TARGET DAN RELASINYA DENGAN BONUS DI PT NUSANTARA SAKTI LAMNYONG.....	49

A. Gambaran Umum Sistem Kerja <i>Sales</i> pada PT Nusantara Sakti Lamnyong.....	49
B. Sistem Penetapan Target Penjualan Motor dan Jenis Kontrak Sales pada PT Nusantara Sakti Lamnyong	53
C. Relasi Antara Target Penjualan dan Bonus yang Diterima Sales pada PT Nusantara Sakti Lamnyong	60
D. Analisis Konsep Samsarah terhadap Praktik Kerja, Target, dan Bonus di PT Nusantara Sakti Lamnyong	62
BAB EMPAT PENUTUP	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70



BAB SATU PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam fiqh muamalah, akad *samsarah* merupakan salah satu dari bagian kegiatan muamalah khususnya dalam aspek perantara aktivitas ekonomi. Adanya pihak ketiga sebagai perantara merupakan bagian yang tak terpisahkan dari jual beli. *Samsarah* merupakan akad perantara yang bertugas untuk mencari konsumen atau pembeli kepada pihaklain, baik itu perseorangan atau perusahaan, yang diberikan wewenang untuk melakukan transaksi atas nama perusahaan yang mempekerjakan mereka dan mendapatkan upah atas kerja yang dilakukan sesuai kesepakatan diawal.

Di berbagai literatur, pembahasan *samsarah* sudah banyak mendapat perhatian dari para *fuqaha*. Hal ini dapat dilihat dari berbagai literatur tentang fiqh muamalah yang telah menjelaskan tentang *samsarah* sebagai sebuah akad baik dari sisi keuntungan, kekurangan, serta fungsinya. Kegiatan perantara dalam muamalah sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW, karena kesibukan rasul dalam berdagang maka pasti membutuhkan seseorang yang menjembatani jual beli antara penjual dan pembeli. Praktik ini diperkenalkan oleh Ibnu Abbas sebagai *samsarah*.¹

Para mazhab memiliki pendapat yang berbeda-beda terkait dengan akad *samsarah*. Seperti, Imam Hanafi tidak memperbolehkan akad *samsarah* karena merupakan bagian dari *gharar*. Ibn ‘Abidin dalam Al-Hasyiyah meriwayatkan bahwa Muhammad bin Salamah ditanya mengenai makelar dan menjawabnya dengan tidak apa-apa karena banyak yang melakukan transaksi dengan akad *samsarah* walaupun asalnya *fuqaha*. Boleh tidaknya transaksi dapat kita lihat dari berbagai pandangan misalnya dari objeknya, barang yang diperjualbelikan harus

¹ Iza Hanifuddin, *Fiqh Samsarah dan Praktik Pemakelaran*, (Batusangkar: STAIN Batusangkar Press, 2014), hlm. 11.

jelas keadaanya baik dari segi halal atau haram maupun ada atau tidaknya barang yang diperjualbelikan tersebut.

Imam Maliki memperbolehkan akad *samsarah* yang memiliki dua syarat yang harus dipenuhi, yaitu tidak menetapkan waktu pasti pelaksanaannya, harga yang diketahui dan penyerahan bonus saat pekerjaan sudah selesai. Imam Maliki juga berpendapat bahwa implementasi akad *samsarah* saat akad disyaratkan penyerahannya, maka dapat dikategorikan sebagai akad *fasad*.²

Mazhab Syafi'i memperbolehkan akad *samsarah*, menurut Imam Syafi'i para pihak dapat membatalkan kontrak sebelum pekerjaan itu dilakukan, namun jika pekerjaannya sudah dilakukan maka pihak pemilik barang tidak boleh membatalkannya, apabila pemilik barang tetap membatalkan maka harus menyerahkan upah yang sepadan dengan kesepakatan di awal.³

Imam Ahmad bin Hanbal memperbolehkan *samsarah* dalam pekerjaan yang bersifat *mubah* walaupun tidak ada perjanjian sebelumnya, selama pekerjaan itu benar-benar diperlukan. Seperti membantu mengembalikan barang atau hewan yang hilang, dan lain-lain. Dengan ini perantara mendapatkan izin dari pemilik harta. Jika tidak, maka dia tidak berhak menerima apapun.

Akad *samsarah* merupakan sebuah bentuk perbuatan hukum yang akan terjadi ketika seseorang meminta bantuan orang lain sebagai perantara yang bertugas untuk mencari pembeli atau penjual barang atau jasa, atau untuk memperantarai transaksi lainnya. Dalam melakukan tugas ini, kedua belah pihak akan saling sepakat atas perbuatan hukum tertentu termasuk konsekuensi dari perbuatan hukum yang dilakukan bagi masing-masing pihak. Pihak *simsār* berkewajiban untuk mencari pembeli atau mempertemukan pihak tertentu dalam

² Muhammad Iqbal dan Aulia Ulfah, "Analisis Sistem Pembagian Keuntungan pada PT Halal Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HNI-HPAI) dalam Perspektif Akad *Samsarah*," *Al-Mudharabah: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* (Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Vol. 2, Edisi 1, 2020), hlm. 29. Diakses melalui <https://journal.ar-raniry.ac.id/index.php/mudharabah/article/view/814/534>, Tanggal 12 Mei 2025.

³ M. Naufal Azman, "Analisis *FEE* pada Transaksi Titip Jual Barang Elektronik *Online Shop* dalam Perspektif Akad *Samsarah*", *Skripsi*, (Banda Aceh: Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-raniry, 2023), hlm. 3.

transaksi jual beli dan berbagai transaksi lainnya. Sedangkan pihak pemilik barang (*mustafid*) merupakan pihak yang menerima manfaat atas transaksi tersebut dan berkewajiban memberikan upah apabila jual beli berhasil dilakukan oleh *simsār*.⁴

Pada akad *samsarah*, terdapat perjanjian mengenai upah, yang diterima oleh *simsār* atas hasil kerjanya dalam membantu jual beli, atau transaksi lainnya. Hal-hal yang biasa di atur dalam perjanjian adalah yang pertama mengenai besaran upah, jumlah upah harus disepakati oleh kedua belah pihak, baik nilai tetap maupun presentase dari nilai transaksi. Selanjutnya mengenai waktu pembayarannya, seperti dicicil, dibayar di muka, maupun setelah transaksi selesai. Terakhir, mengenai transparansi dan kejelasan tentang upah. Ketentuan terkait upah atas dasar kesepakatan dalam akad *samsarah* dapat berupa berupa barang atau uang, jika upah berbentuk barang, maka jenisnya tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah, dan jika upah berbentuk uang, maka besarnya ditentukan berdasarkan kelebihan dari harga jual yang ditetapkan, atau upah yang dijanjikan oleh *mustafid*.⁵

Secara umum, akad *samsarah* menimbulkan konsekuensi terhadap pihak *simsār* maupun pihak yang menjanjikannya. Adapun konsekuensi *simsār* adalah menerima upah apabila menerima upah apabila berhasil memenuhi kewajibannya, tanggung jawab terhadap barang atau jasa serta transaksi lainnya, tanggung jawab atas kelalaian serta kecurangannya dalam menyampaikan informasi tentang barang, jasa, atau transaksi lainnya, serta bersikap transparan (tidak menyembunyikan cacat). Tanggung jawab pihak yang mempekerjakan *simsār* adalah membayar upah, serta memberikan informasi yang jelas mengenai

⁴ Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan syariah Nasional: No. 151/ DSN /MUI /VI /2022, hlm. 9.

⁵ Ahmad Hamdi, dkk, "Makelar dalam Transaksi Ekonomi (Analisis Fatwa DSN MUI No. 151/DSN-MUI/VI/2022 tentang Akad *Samsarah*)", *ILTIZAM: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* Vol. 1, No. 2, (Januari 2024), Hal. 134. Diakses melalui <https://journal.ibrahimy.ac.id/index.php/iltizam> pada Tanggal 19 Mei 2025.

objek transaksi, seperti harga, kondisi barang, atau target pasar, agar *simsār* dapat bekerja secara efektif.

Dalam konteks *samsarah*, *sales* memiliki peran penting sebagai penghubung antara penjual dan pembeli dengan tetap mengedepankan prinsip kejujuran dan transparansi. Secara umum jenis-jenis *sales* yang pertama adalah makelar sebagai perantara jual beli, kemudian agen penjualan yang mewakili perusahaan atau individu untuk menjual produk atau layanan, lalu ada juga yang disebut *sales representative* sebagai menjual langsung kepada pelanggan, distributor sebagai yang mendistribusikan kepada toko-toko, *dropshipper* yang tidak menyimpan stok barang dan mempromosikan produk dari *supplier* dan jika ada pesanan, *supplier* akan mengirimkan produk langsung kepada pembeli atas nama *dropshipper*, serta konsultan perdagangan yang memberikan saran dan bantuan dalam transaksi perdagangan. Jenis *sales* juga dapat kita lihat berdasarkan durasi kerja, seperti *sales* tetap (*full time*) yang memiliki kontrak kerja panjang dan memiliki target penjualan dalam jangka waktu tertentu, *sales* mingguan (*part time*) yang memiliki target penjualan dan bekerja berdasarkan jadwal mingguan tertentu, *sales* harian (*freelance*) yang bekerja untuk jangka waktu paling pendek untuk tugas tertentu yang dibayar berdasarkan hasil proyek atau penjualan yang dicapai.

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari pihak *Customer Relationship Management* (CRM) PT Nusantara Sakti Lamnyong Kec. Darussalam bahwa bentuk kontrak kerja antara PT Nusantara Sakti Lamnyong dan *sales* sangat beragam berdasarkan masa kerja atau jabatan kerja masing-masing individu. Terdapat beberapa jenis status kerja dan masa kerja seperti *sales* kontrak, magang, ada juga *sales internal* yang bertugas di *dealer*, dan *sales* lapangan. Perbedaan yang dimaksud adalah tidak hanya dilihat dalam bentuk kerjanya tetapi juga perbedaan sistem pembayaran, hak dan kewajiban yang diatur secara spesifik dalam perjanjian kerja yang disesuaikan berdasarkan status kerja atau masa serta

sistem kerja yang berlaku. Meskipun tanggung jawab *sales* secara umum itu serupa, detail kewajiban dan hak mereka tetap berbeda.⁶

Sistem penetapan target penjualan di PT Nusantara Sakti Lamnyong ditetapkan sepihak oleh perusahaan tanpa melibatkan *sales* dalam menentukan penentuan target penjualan. Jumlah target penjualan yang harus dicapai oleh tenaga *sales* tidak langsung besar sejak awal, namun disesuaikan dengan masa kerja dan jabatan para *sales* itu sendiri. Misalnya, pada 0 bulan maka target penjualannya lebih sedikit daripada bulan ke-3 dan seterusnya. Target ini juga dapat berubah mengikuti perubahan minat pasar, seperti meningkatnya minat konsumen pada bulan Ramadhan. Target tersebut tidak hanya bersifat bulanan, namun dipecah menjadi target mingguan bahkan harian, serta terdapat target prospekan yang menjadi kewajiban *sales* untuk mencari calon konsumen.

Mekanisme pencapaian target *sales* juga didukung oleh strategi perusahaan, sehingga tidak hanya didasari oleh upaya atau strategi individu dari *sales* itu sendiri. Ada berbagai macam strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk membantu *sales* dalam mencapai targetnya, diantaranya adalah menyediakan berbagai fasilitas seperti promosi bulanan, pameran, penyewaan lapak di pusat keramaian, serta penyediaan unit *display* untuk mempermudah interaksi dan proses penjualan langsung dengan konsumen. Meskipun pihak PT Nusantara Sakti Lamnyong menyediakan strategi dukungan, pelaksanaan strategi tetap menjadi tanggung jawab pribadi *sales*, sehingga tetap memberikan ruang bagi kreativitas *sales* dalam mencapai targetnya. Selain itu, PT Nusantara Sakti Lamnyong juga memberikan pelatihan serta bimbingan langsung dari *team leader* kepada *sales* baru (usia kerja 0-3 bulan). PT Nusantara Sakti Lamnyong juga memberikan pelatihan tambahan dari distributor resmi kepada *sales* yang menunjukkan performa baik.

⁶ Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, *Bidang Customer Relationship Management*, pada Tanggal 10 juni 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

Meskipun PT Nusantara Sakti Lamnyong telah menyediakan berbagai fasilitas hingga pelatihan untuk mendukung kinerja *sales*, motivasi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan. Selain pemberian gaji pokok yang diberikan tiap bulan, pemberian bonus adalah salah satu bentuk motivasi utama yang dapat mendorong semangat dan kinerja *sales* dalam mencapai target yang telah ditetapkan. Dalam PT Nusantara Sakti Lamnyong, bonus terbagi dalam beberapa bentuk seperti komisi yang diberikan per unit terjual, insentif yang diberikan berdasarkan pencapaian bulanan, perjalanan ke luar negeri, hingga kenaikan pangkat sebagai bonus tambahan.⁷

Sistem kerja *sales* cukup kompleks dan penuh tantangan karena memikul tanggung jawab besar untuk mencapai target. Ketidakmampuan mencapai target dapat mengakibatkan konsekuensi serius seperti teguran, pemotongan bonus, hingga pemotongan hubungan kerja. Di sisi lain, PT Nusantara Sakti Lamnyong juga melakukan evaluasi rutin mingguan, memberikan arahan serta motivasi untuk mendukung performa kerja *sales*.

Fakta-fakta di atas telah menunjukkan bahwa sistem kerja dan penetapan target di PT Nusantara Sakti Lamnyong memiliki hubungan yang erat dengan prinsip akad *samsarah*, baik dalam hal penetapan upah, kewajiban kerja dan hak *simṣār* (*sales*), maupun tanggung jawab pihak *mustafid* (PT Nusantara Sakti Lamnyong). Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam mengenai bagaimana sistem penerapan target dan relasinya dengan bonus yang berlaku di PT Nusantara Sakti Lamnyong dikaji dalam konsep akad *samsarah*, terutama dalam aspek tanggung jawab dan hak, perjanjian, penetapan target dan bonusnya. Penulis memandang penting untuk meneliti lebih lanjut yang dituangkan dalam skripsi yang berjudul: **“Sistem Penetapan Target Penjualan Motor Pada PT**

⁷ Ayrin Sazwa Fildzia, “Sistem Kerja dan Pencapaian Target *Sales* Pada Penjualan Produk Honda Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong Menurut Konsep *Ijārah ‘Alā Al-‘Amāl*”, *Skripsi*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry 2026)

Nusantara Sakti Lamnyong dan Relasinya Dengan Bonus Menurut Akad *Samsarah*".

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana sistem pada penetapan target *sales* penjualan motor di PT Nusantara Sakti Lamnyong dalam meningkatkan omzet perusahaan?
2. Bagaimana hubungan antara target penjualan motor dengan pemberian bonus kepada karyawan di PT Nusantara Sakti Lamnyong?
3. Bagaimana perspektif akad *samsarah* terhadap penetapan target penjualan PT Nusantara Sakti Lamnyong dan relasinya dengan bonus?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka penulis menetapkan tujuan penelitian sesuai dengan permasalahan yang telah penulis tetapkan dalam riset ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui sistem penetapan target *sales* pada penjualan motor di PT Nusantara Sakti Lamnyong;
2. Untuk memahami hubungan antara target penjualan motor di PT Nusantara Sakti Lamnyong dalam meningkatkan kerja tenaga penjual;
3. Untuk menganalisa perspektif akad *samsarah* terhadap penetapan target penjualan PT Nusantara Sakti Lamnyong dan relasinya dengan bonus.

D. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari perbedaan pengertian terhadap istilah-istilah dan kata kunci yang digunakan dalam skripsi yang berjudul Sistem Penetapan Target Penjualan Motor pada PT Nusantara Sakti Lamnyong dan Relasinya Dengan Bonus Menurut Akad *Samsarah*, maka penulis akan menjelaskan beberapa istilah penting yang terdapat dalam skripsi ini, yaitu:

1. Sistem Penetapan

Sistem dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah perangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas.⁸ Adapun kata penetapan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan proses, cara, perbuatan menetapkan; penentuan; pengangkatan (Jabatan atau sebagainya); pelaksanaan (Janji, kewajiban, dan sebagainya).⁹ Jadi sistem penetapan adalah suatu rangkaian unsur atau prosedur yang saling berkaitan dan tersusun secara teratur, yang digunakan dalam proses atau cara menentukan secara resmi dan terencana.

Sistem penetapan yang penulis maksud dalam skripsi ini adalah serangkaian prosedur terencana atau tata cara yang terapkan secara terstruktur dan konsisten untuk menetapkan target penjualan motor dari perusahaan kepada tenaga penjual.

2. Target Penjualan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata target merupakan sasaran (batas ketentuan dan sebagainya) yang telah ditetapkan untuk dicapai.¹⁰ Philip Kotler menyebutkan dalam buku yang berjudul *Practical Communication Skill* bahwa definisi dari penjualan adalah sebagai suatu kegiatan yang ditujukan dalam mencari pembeli, memengaruhi, dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian tentang harga yang saling menguntungkan kedua belah pihak.¹¹

⁸ Kbbi.web.id, Arti kata *Sistem* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses melalui situs <https://kbbi.web.id/sistem> pada Tanggal 25 Mei 2025.

⁹ Kbbi.web.id, Arti kata *Penetapan* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses melalui <https://kbbi.web.id/tetap> pada Tanggal 25 Mei 2025.

¹⁰ Kbbi.web.id, Arti kata *Target* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses melalui <https://kbbi.web.id/target> pada Tanggal 25 Mei 2025.

¹¹ Sikki, dkk, "Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop." *1st E-Proceeding SENRIABDI 2021: Seminar Nasional Hasil Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sahid Surakarta*, Vol. 1, No. 1, (Desember 2021), Hal. 362. Diakses melalui <https://www.jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/SENRIABDI/article/view/869> pada Tanggal 25 Mei 2025.

3. Bonus

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bonus adalah upah tambahan di luar gaji atau upah sebagai hadiah yang diberikan kepada karyawan.¹² Bonus adalah bentuk kompensasi tambahan yang diberikan oleh perusahaan kepada stafnya, bertujuan untuk meningkatkan semangat kerja dan produktivitas. Bonus ini merupakan uang ekstra yang dibayarkan selain gaji pokok, sebagai imbalan atas pencapaian tertentu yang berkaitan dengan pekerjaan. Tidak ada aturan baku mengenai besarnya bonus, karena hal ini ditentukan oleh kebijakan masing-masing perusahaan.

Berdasarkan Surat Edaran Resmi Menteri Tenaga Kerja Republik Indonesia No. SE-07/MEN/1990 Tahun 1990 tentang Pengelompokan Komponen Upah dan Pendapatan Non Upah bonus didefinisikan sebagai imbalan yang berbentuk uang atau hal lain yang diberikan kepada karyawan untuk mengapresiasi hasil kerja dan prestasi karyawan.¹³

Dengan demikian, yang dimaksud dengan bonus dalam penelitian ini adalah kompensasi atau upah tambahan yang diberikan perusahaan kepada karyawan yang berhasil mencapai target, melebihi target, maupun memiliki prestasi.

4. Akad Samsarah

Akad secara bahasa berasal dari kata *al-‘Aqd*, bentuk *masdar* adalah kata *‘Aqada*, dan jamaknya adalah *al-‘Uqud* memiliki arti perjanjian yang tercatat atau kontrak. Secara istilah menurut Wahbah Zuhaili dalam kitabnya *al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuh* akad adalah hubungan atau keterkaitan antara ijab dan qabul atas *diskursus* (objek akad) yang dibenarkan oleh *syara’* dan memiliki implikasi hukum tertentu.¹⁴ Sedangkan pengertian *samsarah* adalah

¹² Kbbi.web.id, Arti kata *Bonus* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses melalui situs: <https://kbbi.web.id/bonus> pada Tanggal 25 Mei 2025.

¹³ Sisca Septiani, dkk, *Manajemen Kompensasi*, (Banten: PT Sada Kurnia Pustaka, 2024), hlm. 70.

¹⁴ Tuti Anggraini, *Buku Ajar Desain Akad Perbankan Syari’ah*, (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group Penerbit Nasional, 2021), hlm. 21.

perantara perdagangan yang menjualkan barang atau mencari pembeli atau perantara antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli atau transaksi lainnya.¹⁵ Jadi, akad *samsarah* adalah jual beli atau transaksi lain dengan melibatkan pihak lain sebagai yang berperan untuk menengahi penjual dan pembeli.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan prosedur penelitian yang harus penulis lakukan dan bertujuan untuk memaparkan penelitian-penelitian sebelumnya untuk menghindari adanya unsur kesamaan dan plagiasi. Penelitian ini fokus kajiannya tentang “Sistem Penetapan Target Penjualan Motor Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong Dan Relasinya Dengan Bonus Menurut Akad *Samsarah*”. Penulis menemukan sejumlah hasil kajian dan riset yang telah dilakukan serta memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

Adapun riset yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan di antaranya adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang disusun oleh Yeni Erwinda, mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry pada Tahun 2022 tentang *Analisis Tingkat Pendapatan Sales Tetap dan Sales Kontrak Pada Dealer Honda dalam Perspektif Akad Samsarah*. Skripsi ini membahas tentang tingkat pendapatan *sales* tetap dan *sales* kontrak Pada *dealer* Honda di Kota Banda Aceh dalam perspektif akad *samsarah*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pengupahan pada *dealer* Honda tergantung pada jabatan kerja, dengan insentif atau bonus tambahan berdasarkan target penjualan. Terdapat perbedaan pendapatan antara *sales* tetap dan *sales* kontrak, yang dipengaruhi oleh

¹⁵ Fichia Melina dan Hendra Eka Saputra, “Tinjauan Fiqh Muamalah Kontemporer tentang Badan Perantara (*Samsarah*) dan Jual Beli Lelang (*Bay Al-Muzayaddah*),” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syar’iah* 5, Vol 1, No. 1 (Juni 2022), hlm. 99. Diakses melalui <https://journal.uir.ac.id/index.php/syarikat/article/view/9662> pada Tanggal 25 Mei 2025.

pencapaian penjualan dan bentuk motivasi kerja yang diberikan oleh pihak manajemen.¹⁶

Perbedaan penelitian ini dengan riset penulis, terletak pada focus mekanisme yang dikaji, pada penelitian ini fokus pada perbandingan pendapatan *sales* tetap dan kontrak sedangkan pada penelitian penulis yaitu mekanisme penetapan target dan pemberian bonus. Selain itu, perusahaan yang diteliti juga berbeda, yaitu *dealer* Honda secara umum di Banda Aceh, Sedangkan penelitian penulis diteliti di PT Nusantara Sakti Lamnyong.

Adapun persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang peran *sales* sebagai *simsār* dalam transaksi penjualan motor, serta sama-sama mengkaji praktik kerja *sales* berdasarkan perspektif akad *samsarah* terutama dalam hal upah, hak, dan tanggung jawab antara pihak *sales* dan perusahaan.

Kedua, penelitian yang disusun oleh Nur Asri Ainun Habibah mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri (IAIN) pada Tahun 2022 tentang *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Motor Cabang Parepare Analisis Akuntansi Syari'ah*. Skripsi ini membahas tentang strategi promosi dalam meningkatkan volume untuk mencapai target penjualan motor pada PT Raya Motor Cabang Parepare yang dianalisis menggunakan prinsip akuntansi syari'ah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi dilakukan melalui lima rangkaian utama, yakni periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat. Strategi tersebut diterapkan dalam tiga tahapan, yaitu perencanaan, implementasi, dan evaluasi.¹⁷

Perbedaan penelitian ini dengan riset penulis terletak pada objek dan pendekatan yang digunakan. Penelitian di atas meneliti strategi promosi secara

¹⁶ Yeni Erwinda, "Analisis Tingkat Pendapatan *Sales* Tetap dan *Sales* Kontrak pada Dealer Honda dalam Perspektif Akad *Samsarah*", *Skripsi*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2022).

¹⁷ Nur Asri, "Akuntansi Syariah", *Jurnal Khatulistiwa: Jurnal of Islamic Studies*, Vol. 2, No. 1, 2014. Diakses melalui <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/4543/1/17.2800.037.pdf> pada Tanggal 16 Juni 2025.

menyeluruh pada PT Raya Motor cabang Parepare dengan pendekatan akuntansi syari'ah, sedangkan penelitian penulis lebih berfokus pada sistem penetapan target dan relasinya dengan pemberian bonus pada PT Nusantara Sakti Lamnyong dalam perspektif akad *samsarah*. Dengan kata lain, skripsi diatas lebih menekankan pada promosi sebagai strategi peningkatan dan pencapaian target, sementara penelitian penulis menitikberatkan pada mekanisme internal perusahaan dalam mengatur target dan kompensasi kerja berdasarkan akad *samsarah*.

Persamaan antar keduanya adalah sama-sama mengangkat tema peningkatan atau pencapaian target penjualan motor, serta sama-sama membahas tentang sistem kerja, hubungan kerja, dan memperhatikan aspek hukum dan etika syari'ah dalam praktik bisnis modern.

Ketiga, penelitian yang telah disusun oleh Cinta Abdilawati Hutapea mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry pada Tahun 2025 mengenai *Kajian Kinerja Sales dan Relasinya dengan Performa Perusahaan Menurut Akad Ijārah 'Ala Al-Amāl*. Skripsi ini membahas tentang kinerja *sales* dan relasinya dengan performa Perusahaan menurut akad *Ijārah 'Ala Al-Amāl* pada PT Masmedia Buana Pustaka Aceh. Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana sistem penetapan target penjualan yang diterapkan kepada para *sales* dan bagaimana hubungan antara kinerja *sales* dengan sistem kompensasi dan insentif yang berlaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem kerja *sales* diperusahaan tersebut cukup kompleks, dimana target penjualan ditentukan berdasarkan wilayah kerjadan jumlah sekolah sasaran.¹⁸

Perbedaan penelitian ini dengan riset penulis terletak pada pendekatan akad yang digunakan dan objek perusahaannya. Pada penelitian yang dilakukan

¹⁸ Cinta Abdilawati Hutapea, "Kajian Kinerja *Sales* dan Relasinya dengan Performa Perusahaan Menurut Akad *Ijārah 'Ala Al- 'Amāl*, (Studi pada PT Masmedia Buana Pustaka Cabang Aceh)", *Skripsi*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2025).

oleh Cinta Abdilawati Hutapea pendekatan yang digunakan adalah akad *Ijārah ‘Ala Al-Amāl* dengan objek penelitian berupa PT Masmedia Buana Pustaka Cabang Aceh, sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan pendekatan akad *samsarah* dengan objek penelitian PT Nusantara Sakti Lamnyong. Selain itu, penelitian penulis fokus pada mekanisme penetapan target dan relasi pemberian bonus kepada *sales*, bukan hanya pada aspek performa umum tenaga penjual.

Persamaan antara penelitian diatas adalah pada variabel yang dikaji, yaitu kinerja *sales* dan sistem target yang diterapkan oleh perusahaan, serta hubungan antara tenaga kerja dan pemberi kerja.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ramadhan, Husni Mubarak, dan Nahara Eriyanti dalam artikel yang berjudul *Analisis Praktik Jual Beli Case Handphone Secara Online dengan Metode Dropship Menurut Perspektif Akad Samsarah* membahas praktik jual beli secara *online* melalui metode *dropship* yang dilakukan oleh akun @ciptagoislam. Artikel ini meneliti kesesuaian praktik *dropship* yang dilakukan oleh akun @ciptagoislam telah memenuhi rukun dan syarat akad *samsarah*, karena adanya kesepakatan antara *dropshipper* dan *supplier*, kejelasan objek transaksi, serta bentuk kompensasi berupa selisih harga yang transparan dan disepakati.¹⁹

Perbedaan antara keduanya terletak pada objek dan jenis usaha yang diteliti, penelitian Muhammad Ramadhan, dkk mengkaji praktik jual beli *case handphone* secara *online* dengan sistem *dropship* melalui media sosial, sedangkan penulis meneliti sistem penetapan target dan relasi bonus bagi tenaga penjual motor di PT Nusantara Sakti Lamnyong.

Perbedaan lainnya ada pada bentuk kerja *simsār*, dimana dalam penelitian Muhammad Ramadhan dkk bahwa *simsār* bertindak sebagai *dropshipper online*,

¹⁹ Muhammad Ramadhan, dkk, “Analisis Praktik Jual Beli *Case Handphone* secara *Online* dengan Metode *Dropship* Menurut Perspektif Akad *Samsarah*”, *Jurnal Islamic Circle*, Vol. 5, No. 1, 2024, hlm. 17.

sementara dalam penelitian penulis *simsār* adalah tenaga *sales* perusahaan. Adapun persamaan dari keduanya adalah sama-sama membahas tentang peran perantara (*simsār*) dalam kegiatan jual beli berdasarkan akad *samsarah*.

Kelima, penelitian yang disusun oleh Mirza Al Fajri, mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada Tahun 2022 dengan judul *Sistem Komisi dan Provisi Kinerja Agen dalam Pemasaran Rumah Real Estate Menurut Akad Samsarah (Analisis Perjanjian Kompensasi Kinerja Agen di Kecamatan Syiah Kuala)*. Penelitian ini membahas mengenai mekanisme pemberian kompensasi berupa komisi dan provisi kepada agen pemasaran properti dalam akad *samsarah*, khususnya pada perusahaan properti di Kecamatan Syiah Kuala. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agen hanya memperoleh komisi tetap setelah seluruh proses administrasi selesai, dan tidak diperkenankan menerima provisi, sesuai dengan kesepakatan dalam klausula perjanjian. Penelitian ini juga menilai bahwa system pemberian kompensasi tersebut telah sesuai dengan prinsip-prinsip dalam akad *samsarah*, meskipun fleksibilitas posisi agen dalam perjanjian menjadi tantangan tersendiri bagi perlindungan hak-hak mereka.²⁰

Terdapat perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Mirza Al Fajri dengan penelitian penulis. Penelitian yang dilakukan Mirza Al Fajri fokus pada kompensasi kinerja agen berupa komisi dan provisi dalam pemasaran properti, serta menilai keabsahan dan keadilannya menurut akad *samsarah*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis mengkaji sistem penetapan target penjualan motor serta hubungannya dengan bonus menurut akad *samsarah*.

Adapun persamaan antara kedua penelitian ini adalah keduanya menitikberatkan pada peran *simsār* dalam transaksi bisnis serta mengkaji imbalan

²⁰ Mirza Al Fajri, “Sistem Komisi dan Provisi Kinerja Agen dalam Pemasaran Rumah Real Estate Menurut Akad *Samsarah* (Analisis Perjanjian Kompensasi Kinerja Agen di Kecamatan Syiah Kuala)”, *Skripsi*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry 2022)

kerja (kompensasi) dalam akad *samsarah* baik berupa komisi, provisi, maupun bonus.

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 konsep peran *sales* atau *simsār*, kajian terhadap sistem pencapaian target, serta penerapan prinsip-prinsip akad *samsarah*. Namun tidak ada penelitian sebelumnya yang membahas secara spesifik mengenai mekanisme penetapan target penjualan dan pemberian bonus kepada *sales* motor pada PT Nusantara Sakti Lamnyong berdasarkan perspektif akad *samsarah*. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki keaslian baik dari sisi objek, fokus kajian, maupun pendekatan akad yang digunakan.

F. Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan prosedur atau langkah yang harus dilakukan oleh penulis untuk memperoleh data yang digunakan dalam suatu kajian. Penggunaan metode ini penting untuk memastikan bahwa data yang telah diperoleh memiliki tingkat kevalidan yang tinggi, sehingga penelitian ini dapat disusun secara objektif dan sistematis menghasilkan skripsi yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Untuk mencapai penelitian yang terstruktur dan valid, berikut ini dijelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses penelitian sebagaimana ketentuan yang ditetapkan dalam buku panduan penelitian FSH UIN Ar-Raniry, yaitu sebagai berikut:

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan langkah atau strategi yang dipilih peneliti untuk mengumpulkan data dan menjawab menjawab rumusan masalah berdasarkan jenis dan karakteristik penelitiannya. Dalam penelitian hukum, pendekatan ini digunakan untuk memahami dan menjelaskan hukum, baik sebagai aturan tertulis maupun sebagai sesuatu yang dijalankan dan berkembang dalam kehidupan masyarakat.

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian *normatif empiris*, yaitu gabungan antara pendekatan normatif yang dilakukan dengan cara meneliti sumber-sumber hukum seperti literatur hukum ekonomi syari'ah, kitab fiqh muamalah, dan peraturan hukum positif yang relevan dengan dengan pendekatan empiris, yang bertujuan mendapatkan data dari wawancara langsung di lapangan.

Pendekatan empiris dilakukan untuk memperoleh data secara langsung dari PT Nusantara Sakti Lamnyong. Gabungan dari kedua pendekatan ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana konsep akad *samsarah* terhadap penetapan target dan relasinya dengan pemberian bonus.

2. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kualitatif (*qualitative research*). Secara khusus, prosedur penelitian ini menggunakan bentuk deskriptif analisis, yang memiliki tujuan untuk memahami serta menggali secara mendalam dan menyeluruh tentang sistem penetapan target penjualan motor produk Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong serta relasinya dengan bonus menurut perspektif akad *samsarah*. Fokus utama penelitian ini terletak pada sistem penetapan target, hubungan kerja perusahaan dengan *sales*, dan pemberian bonus berdasarkan prinsip akad *samsarah*.

Dengan jenis deskriptif, penelitian ini menggambarkan penetapan target yang harus dicapai oleh *sales*, pemberian upah dan bonus *sales* serta konsekuensi yang diberikan jika tidak tercapainya target, dan dasar hukum yang mengatur tentang pihak *sales/simsār* dan *mustafid*. Selain itu, analisis dilakukan dengan menelaah yang bertujuan untuk menilai kesesuaian praktik yang berlangsung apakah sesuai dengan prinsip *simsār* dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pihak PT Nusantara Sakti Lamnyong.

3. Sumber Data

Sumber data memiliki peran yang sangat penting dalam suatu penelitian untuk memperoleh informasi yang valid dan objektif terhadap permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini, data yang diperlukan terbagi menjadi dua kategori yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan mengenai kedua jenis data tersebut adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari hasil penelitian di lapangan serta masih perlu dilakukan pengolahan lebih lanjut oleh peneliti.²¹ Informasi dari data primer ini dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi.

Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan narasumber, yaitu Fitriady Avid yang mewakili pihak *Customer Relationship Management* PT Nusantara Sakti Lamnyong. Data primer yang diperoleh melalui perjanjian kerja sama antara perusahaan dan *sales*, evaluasi kinerja bulanan *sales*, list jenis *sales* berdasarkan masa kerja dan target penjualannya masing-masing, serta kebijakan perusahaan terhadap ketentuan pencapaian target bulanan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil pengumpulan atau analisis yang dilakukan oleh pihak lain berdasarkan hasil penelitian yang mereka lakukan sebelumnya.²² Biasanya, data sekunder tersedia dalam bentuk buku, jurnal, catatan, atau berbagai sumber lainnya. Dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan data sekunder yang meliputi buku seperti *Fiqh Samsarah* dan *Praktik Makelar* karya Iza Haanifuddin, jurnal artikel seperti *Analisis Praktik Jual Beli Case Handphone secara Online dengan Metode Dropship Menurut Perspektif Akad Samsarah* karya

²¹ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hlm. 121-122.

²² S. Nasution, *Metode Reaserch (penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hlm. 113.

Muhammad Ramadhan, dkk, serta situs web DSN-MUI, “Fatwa DSN-MUI No.151/DSN-MUI/VI/2022 tentang Akad *Samsarah*” yang memiliki kaitan dan mendukung topik pembahasan. Sumber-sumber tersebut digunakan untuk menyusun landasan teori mengenai sistem penetapan target dan hubungannya dengan pemberian bonus dalam penjualan motor Honda di PT Nusantara Sakti Lamnyong.

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

4. Teknik Pengumpulan Data

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

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada narasumber yang memiliki peran penting dalam topik yang diteliti.²³

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *guidanle interview*, yaitu dengan menyusun daftar pertanyaan dan kerangka wawancara secara sistematis. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data yang akurat dan terpercaya terkait sistem penetapan target dan relasinya dengan bonus di PT Nusantara Sakti Lamnyong berdasarkan fiqh muamalah terkhusus konsep *samsarah*. Adapun narasumber dari penelitian ini adalah Fitriady Avid sebagai *Customer Relationship Management* PT Nusantara Sakti Lamnyong dan *sales* yang berperan langsung sebagai perantara dalam

²³ Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 136.

proses penjualan sepeda motor antara perusahaan tersebut dengan konsumen, sehingga tercapailah target yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut.

5. Langkah-langkah Analisis Data

Teknik analisis data adalah serangkaian tahapan yang meliputi proses mengkaji, mengelompokkan, penyusunan secara teratur, menafsirkan, dan mengolah data agar informasi yang diperoleh dari hasil pengumpulan data memiliki makna yang bernilai social, akademik, maupun ilmiah. Data yang telah dikumpulkan kemudian diklasifikasikan berdasarkan variabel dan narasumber, disusun sesuai variabel yang diteliti, dilakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta pengujian hipotesis guna mengubah data menjadi bentuk yang mudah dipahami dan diinterpretasikan.

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. Selain itu, penulis juga menggunakan referensi tambahan berupa jurnal ilmiah, Kamus Besar Bahasa Indonesia, serta skripsi dari penelitian sebelumnya. Berbekal dari pedoman-pedoman tersebut, penulis mampu menyusun hasil penelitian secara runtut, ilmiah, dan mudah dipahami.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan penjelasan mengenai urutan isi skripsi dari setiap bab dan sub bab secara terstruktur. Penyusunan sistematika ini disampaikan dalam bentuk garis besar (*Outline*) dengan memperhatikan keterkaitan antar satu bab dengan bab lainnya.

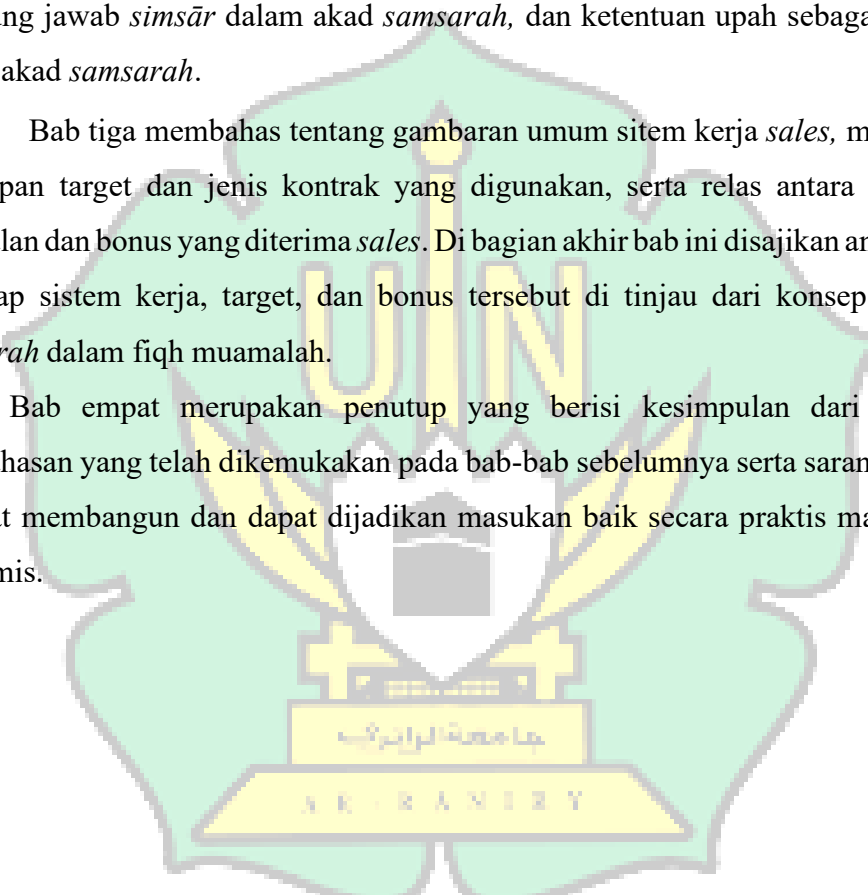
Bab satu berisi tentang pendahuluan, pada bab ini terdapat tujuh sub pembahasa yang akan diuraikan, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian,

dan sistematika penulisan. Secara umum, bab ini berisi tentang uraian yang bersifat global sebagai perantara dalam memahami bab-bab berikutnya.

Bab dua merupakan landasan teori tentang konsep *samsarah* dalam sistem penetapan target dan penetapan target menurut fiqh muamalah yang dimulai dengan membahas pengertian dan dasar hukum akad *samsarah*, rukun dan syaratnya, serta pendapat para ulama. Selanjutnya, dijelaskan peran dan tanggung jawab *simsār* dalam akad *samsarah*, dan ketentuan upah sebagai *Fee* dalam akad *samsarah*.

Bab tiga membahas tentang gambaran umum sistem kerja *sales*, metode penetapan target dan jenis kontrak yang digunakan, serta relas antara target penjualan dan bonus yang diterima *sales*. Di bagian akhir bab ini disajikan analisis terhadap sistem kerja, target, dan bonus tersebut di tinjau dari konsep akad *samsarah* dalam fiqh muamalah.

Bab empat merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari hasil pembahasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya serta saran yang bersifat membangun dan dapat dijadikan masukan baik secara praktis maupun akademis.



BAB DUA

KONSEP AKAD *SAMSARAH* DAN PENETAPAN TARGETNYA MENURUT FIQH MUAMALAH

A. Pengertian *Samsarah* dan Dasar Hukumnya

Akad *Samsarah* merupakan salah satu bentuk akad yang sangat dikenal dalam kajian fiqh muamalah, khususnya yang berkaitan dengan aktivitas perdagangan dan jasa perantara. Secara etimologis *samsarah* adalah kosakata yang telah diadopsi dari Bahasa Persia menjadi Bahasa Arab yang berarti sebuah profesi dalam menengahi dua kepentingan para pihak yang berbeda dengan diberikan kompensasi, baik berupa upah, bonus, maupun komisi dalam menyelesaikan transaksi. Di Indonesia *samsarah* juga sering dikenal dengan istilah makelar, menurut kamus besar bahasa Indonesia makelar adalah perantara perdagangan antara penjual dan pembeli, yaitu orang yang menjualkan barang atau mencari pembeli untuk orang lain dengan dasar mendapatkan upah atau komisi atas pekerjaannya.²⁴

Imam Abu Hanifah berpendapat bahwa secara terminologis *samsarah* adalah sebutan bagi seseorang yang bekerja untuk orang lain dengan memperoleh upah atau imbalan tertentu yang berkaitan dengan penjualan dan pembelian.²⁵

Sementara itu, menurut Mazhab Maliki, *samsarah* didefinisikan sebagai aktivitas perantaraan dalam jual beli di mana seseorang membantu menjualkan barang milik orang lain atau mencari pembeli dengan imbalan tertentu. Dalam pandangan ini, fokus utama terletak pada fungsi perantara sebagai pihak yang memfasilitasi terjadinya transaksi. Mazhab Maliki juga melihat bahwa *samsarah* dapat dikategorikan sebagai bentuk akad yang mendekati *ju'alah*, yaitu pemberian imbalan atas keberhasilan suatu pekerjaan.²⁶

Adapun menurut Mazhab Syafi'i, *samsarah* dipahami sebagai pekerjaan mencari atau mempertemukan pihak yang ingin bertransaksi, baik penjual

²⁴ Kbbi.web.id, Arti kata *Makelar* dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI). Diakses melalui situs: <https://kbbi.web.id/makelar> pada Tanggal 19 Januari 2026.

²⁵ Masyfuk Zuhdi, *Masailul Fiqhiyah*, (Jakarta: CV Haji Masagung, 1993), hlm. 127

²⁶ Abdul Rahman Ghazaly, dkk., *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 195.

maupun pembeli, dengan tujuan terjadinya akad jual beli. Dalam definisi ini, *samsarah* lebih ditekankan sebagai usaha atau pekerjaan yang hasilnya berupa keberhasilan mempertemukan kedua pihak. Oleh karena itu, mazhab Syafi'i mengaitkan *samsarah* dengan konsep *ju'alah*, karena upah diberikan berdasarkan keberhasilan pekerjaan tersebut.²⁷

Sedangkan menurut Mazhab Hanbali, *samsarah* diartikan sebagai jasa perantara dalam transaksi perdagangan yang dilakukan oleh seseorang untuk kepentingan pihak lain dengan memperoleh imbalan tertentu. Dalam pandangan ini, perantara dapat berperan sebagai wakil yang membantu menjualkan barang atau mencari pembeli. Oleh karena itu, *samsarah* dalam mazhab Hanbali dapat dikaitkan dengan beberapa bentuk akad, seperti *ijarah*, *ju'alah*, maupun *wakalah*, tergantung pada kesepakatan yang dilakukan antara para pihak.²⁸

Menurut DSN-MUI, akad *bai' al-samsarah (brokerage)* merupakan jasa perantara yang memiliki tugas untuk menjual suatu barang, di mana seorang perantara (*simsār*) tersebut memiliki hak untuk memperoleh pendapatan atas kelebihan harga jual dari harga yang disepakati sebelumnya.²⁹

Sayid Sabiq dalam bukunya berjudul *Fiqh al-Sunnah*, *simsār* merupakan seseorang yang menjadi perantara antara para pihak penjual dan pembeli guna melancarkan transaksi jual beli, dengan adanya perantara maka para pihak yaitu penjual dan pembeli akan lebih mudah dalam bertransaksi, baik dalam bentuk jasa ataupun berbentuk uang.³⁰ Menurut Sayyid Sabiq, perantara atau *simsār* adalah orang yang berperan sebagai perantara antara penjual dan pembeli dengan tujuan memperlancar proses transaksi jual beli. Kehadiran perantara tersebut memberikan kemudahan bagi kedua belah pihak dalam melakukan transaksi, baik yang berbentuk jasa maupun berbentuk barang.³¹ Pendapat ini menunjukkan

²⁷ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 239.

²⁸ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 187.

²⁹ DSN-MUI, *Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 93/DSN-MUI/IV/2014 tentang Keperantaraan (Wasathah) dalam Bisnis Properti*. hal. 5.

³⁰ Sayid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Jilid 12, (Bandung: PT Al-Ma'arif, 1996), hlm. 16.

³¹ Darwis Harahap, dkk, *Fiqh Muamalah II*, (Medan: Merdeka Kreasi, 2022), hlm. 79.

bahwa peran *simsār* tidak hanya sebatas menghubungkan dua pihak, tetapi juga membantu mempermudah komunikasi serta mempercepat terjadinya kesepakatan dalam transaksi. Dengan adanya perantara, penjual tidak perlu mencari pembeli secara langsung, begitu pula pembeli tidak kesulitan dalam menemukan barang yang dibutuhkan. Selain itu, *simsār* juga berperan dalam memberikan informasi yang jelas terkait barang atau jasa yang ditawarkan sehingga proses transaksi menjadi lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu, keberadaan *simsār* sangat membantu dalam mengurangi hambatan dalam kegiatan jual beli. Dengan demikian, peran perantara dalam pandangan Sayyid Sabiq dapat dipahami sebagai bagian penting dalam mendukung kelancaran aktivitas muamalah di masyarakat.

Hamzah Ya'kub, *samsarah* atau makelar merupakan pedagang perantara yang bertugas menjualkan barang orang lain dengan memperoleh upah tanpa harus menanggung resiko atas barang yang diperdagangkan karena posisinya sebagai pihak penghubung. Menurut Hamzah Ya'kub, *simsār* tidak berstatus sebagai pemilik barang, sehingga tidak memikul tanggung jawab atas kerusakan atau kerugian yang mungkin terjadi terhadap barang tersebut. Peran utamanya adalah membantu memasarkan dan mempertemukan kedua belah pihak hingga terjadi kesepakatan transaksi. Dengan demikian, imbalan yang diterima oleh *simsār* merupakan bentuk balas jasa atas usaha dan perannya dalam memperlancar proses jual beli. Hal ini juga menunjukkan bahwa tanggung jawab *simsār* terbatas pada aspek perantara, bukan pada kepemilikan atau risiko barang. Oleh karena itu, keberadaan *simsār* memberikan kemudahan bagi penjual dalam memasarkan barangnya dan bagi pembeli dalam memperoleh barang yang diinginkan tanpa harus berhubungan langsung dengan pemiliknya.³²

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *samsarah* adalah perantara antara biro jasa (makelar) dengan pihak yang memerlukan jasa mereka

³² *Ibid.*

(produsen, pemilik barang), untuk memudahkan kegiatan transaksi jual-beli dengan upah yang telah disepakati sebelum terjadinya akad kerjasama. *Samsarah* dapat juga kita artikan sebagai perantara yang terdapat diantara penjual dan pembeli yang memiliki peran menyempurnakan kegiatan jual beli dengan upah atau bonus. Sebutan *simsār* juga dapat digunakan untuk si perantara karena ia telah melakukan kegiatan jual beli untuk orang lain dan mendapatkan upah.³³ Makelar sebenarnya hanya perantara perdagangan dengan menggunakan atas nama dan risiko orang atau lembaga penyuruhnya. Makelar sama dengan pesuruh, balas jasa yang diterima berupa komisi. Komisioner ialah perantara dalam perdagangan atas nama dan resiko ditanggung sendiri, balas jasanya berupa komisi.³⁴

Samsarah adalah salah satu subjek jual beli. Jika ditinjau dari segi pelaku akad (subjek), jual beli terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Lisan, Akad jual beli yang dilakukan secara lisan merupakan bentuk akad yang paling umum digunakan dalam masyarakat. Bagi pihak yang tidak mampu berbicara, akad dapat dilakukan melalui isyarat, karena isyarat dipandang sebagai cara alami untuk menyampaikan kehendak. Dalam hal ini, yang menjadi perhatian utama dalam akad adalah maksud dan kerelaan para pihak, bukan semata-mata lafaz atau ucapan yang diucapkan.
2. Perantara, Akad jual beli yang dilakukan melalui perantara, utusan, tulisan, atau surat-menyurat dipersamakan hukumnya dengan *ijab* dan *qabul* secara lisan. Contohnya adalah transaksi melalui pos, giro, atau media *online*, yang menurut syariat diperbolehkan. Sebagian ulama memandang transaksi ini memiliki kemiripan dengan jual beli saham, dengan perbedaan bahwa dalam jual beli saham penjual dan pembeli berada dalam satu majelis akad, sedangkan dalam transaksi melalui perantara atau media jarak jauh para

³³ Yusuf as-Sabatin, *Bisnis Islami dan Kritik atas Praktik Bisnis ala Kapitalis*, (Bogor: Al-Azhar Press, 2014), hlm. 16

³⁴ Darwis Harahap, dkk, *Fiqh Muamalah II*, (Medan: Merdeka kreasi, 2022), hlm. 82.

pihak tidak berada dalam satu majelis. Hal yang sama berlaku dalam akad *samsarah*, di mana pelaksanaan akse dilakukan oleh perantara atau makelar.

3. Perbuatan, jual beli dengan perbuatan dilakukan melalui tindakan saling memberi dan menerima tanpa disertai *ijab* dan *qabul* secara lisan. Contohnya adalah seorang mengambil barang yang telah diberi label harga oleh penjual, kemudian menyerahkan uang pembayaran kepada penjual. Bentuk jual beli seperti ini berlanngsung tanpa adanya pernyataan akad secara verbal. Menurut sebagian ulama Syafi'iyah, praktik tersebut tidak dibolehkan karena *ijab* dan *kabul* dianggap sebagai rukun jual beli. Namun, sebagian ulama Syafi'iah lainnya, seperti Imam Nawawi, membolehkan praktik jual beli kebutuhan sehari-hari dengan cara tersebut meskipun tanpa *ijab* dan *kabul*.³⁵

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa subjek dalam akad *samsarah* adalah pihak perantara, karena penjual tidak melakukan akad secara langsung dengan pembeli sebagaimana pada transaksi jual beli pada umumnya, melainkan melalui jasa makelar. Dalam kondisi masyarakat modern, banyak individu yang disibukkan oleh aktivitas dan pekerjaan masing-masing sehingga tidak memiliki waktu yang cukup untuk menjual barang miliknya atau mencari barang yang dibutuhkan. Di sisi lain, terdapat orang-orang yang memiliki waktu dan kemampuan dalam memasarkan barang, namun tidak mempunyai barang tetapi tidak mengetahui cara menjualnya secara efektif, sehingga membutuhkan bantuan makelar untuk memasarkan dan menjualkan barang tersebut.

Makelar merupakan profesi yang memberikan banyak manfaat bagi masyarakat, baik bagi produsen, konsumen, maupun bagi makelar itu sendiri. Profesi ini dibutuhkan oleh masyarakat sebagaimana profesi lainnya dalam kegiatan ekonomi. Oleh karena itu, keberadaan makelar untuk memasarkan dan

³⁵ Yuhasnibar, "Jual Beli Tanah Melalui Perantara (*Samsarah*): Analisis terhadap Penerapan Akad Wakalah, Ju'alah dan Ijārah", *Jurnal Al-Mudharabah* Vol. 3, No. 1 (2021): 138. Diakses melalui <https://journal.ar-raniry.ac.id/index.php/mudharabah/article/view/1304>, tanggal 21 Januari 2026.

menjualkan barang di tengah masyarakat khususnya dalam masyarakat modern menjadi sangat penting untuk mempermudah kegiatan bisnis, baik dalam bidang perdagangan, pertanian, perkebunan, industri, maupun sektor lainnya, terutama bagi pihak yang tidak memiliki keahlian dan kurang memahami mekanisme jual beli, atau tidak memiliki waktu untuk berhubungan langsung dengan penjual atau pembeli.

Praktik *samsarah* yang dilakukan dalam praktik bisnis memiliki dasar hukum yang jelas, karena termasuk kedalam transaksi muamalah yang bertujuan memperoleh keuntungan dan pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam sesuai dengan kaidah yang berlaku:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يُدْلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا³⁶

Artinya: “Pada dasarnya, segala sesuatu dalam muamalah boleh dilakukan sampai ada dalil yang mengharamkannya”.

Kaidah tersebut memberikan penjelasan bahwa pada dasarnya seluruh bentuk transaksi muamalah diperbolehkan selagi tidak ada dalil yang mengharamkannya. Dalam hal ini, praktik *samsarah* yang merupakan bagian dari transaksi muamalah dipandang sebagai transaksi yang diperbolehkan, selama tidak ditemukan dalil yang mengharamkannya.³⁷

Seseorang yang berprofesi sebagai *simsār* atau perantara wajib bersifat jujur dan ikhlas dalam menjalankan tugas yang telah diamanahkan kepadanya agar tidak terjadi penipuan serta mengambil harta atau hak milik orang lain dengan jalan yang tidak benar.³⁸ Seperti yang terdapat dalam firman Allah QS. An-Nisa’ ayat 29:

³⁶ Darwis Harahap, dkk, *Fiqh Muamalah II*, (Medan: Merdeka kreasi, 2022), hlm. 83.

³⁷ Amir Syarifuddin, *Garis Garis Besar Fiqh*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 77.

³⁸ Dea Silfani Robi Putri, “Analisis *Shirkah Inan* dan *Samsarah* pada *Homestay Syariah* dengan Online Travel Agent (OTA) di Sidoarjo”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 6 Nomor 1, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2021), hlm. 20. Diakses melalui <https://www.jes.unisla.ac.id/index.php/jes/article/view/101> , tanggal 21 Januari 2026.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu”.³⁹

Pada frasa *يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ*, “Kecuali dengan jalan perdagangan yang dilakukan atas dasar saling ridho di antara kamu”, menegaskan bahwa transaksi harta diperbolehkan selama dilakukan melalui perdagangan atas dasar saling ridha. Akad *samsarah* sebagai bentuk jasa perantara dalam perdagangan memenuhi unsur tersebut, karena dilaksanakan atas kesepakatan dan kerelaan para pihak serta tidak mengandung unsur kebatilan.

Selain itu, kesepakatan yang telah disetujui dan disepakati oleh para pihak, maka seluruh pihak wajib memenuhi, tidak boleh untuk melanggar kesepakatan awal yang telah disetujui oleh semua pihak. Seperti yang disebutkan dalam firman Allah QS. Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: “Hai orang-orang beriman, penuhilah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibicarakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang

³⁹ QS. An-Nisa“ [3]: 29.

mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.⁴⁰

Pada frasa *أَوْفُوا بِالْعُقُودِ* (penuhiilah akad-akad itu) memerintahkan agar setiap akad yang telah disepakati dipenuhi. Akad *samsarah* sebagai bentuk perjanjian jasa perantara termasuk dalam kategori akad muamalah yang sah, sehingga para pihak wajib melaksanakan hak dan kewajibannya, termasuk pemberian upah atau bonus kepada *simsār*.

Adapun dasar hukum *samsarah* terdapat dalam Hadist yang diriwayatkan oleh Bukhari:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا تَلْقُوا الرِّكَانَ وَلَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِيَادٍ (قَالَ فَقُلْتُ لِإِبْنِ عَبَّاسٍ: مَا قَوْلُهُ (لَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِيَادٍ؟) ، قَالَ: لَا يَكُونُ سِمْسَارًا، قَالَ ابْنُ حَاجَرٍ: (فَإِنَّ مَفْهُومَهُ: أَنَّهُ يَجُوزُ أَنْ يَكُونَ سِمْسَارًا فِي بَيْعِ الْحَاضِرِ لِلْحَاضِرِ)⁴¹

Artinya: Rasulullah SAW bersabda: janganlah melakukan *talaqi ar-rukban*, (yaitu orang yang mengetahui harga pasar (*al-hadhir*) mencegat ditengah perjalanan (menuju pasar) untuk membeli barang milik calon penjual yang berasal dari pedalaman (yang tidak mengetahui harga yang berlaku di pasar pada saat itu atas barang yang akan dijualnya)), dan jangan pula orang kota (*hadhir*) melakukan penjualan kepada orang pedalaman, Ibnu Abbas menjawab: orang kota tidak boleh menjadi *simsār* bagi orang pedalaman. Ibnu Hajar berkata: artinya, seseorang boleh menjadi *simsār* bagi orang dalam jual beli yang dilakukan oleh sesama orang kota (*simsār* boleh dilakukan diantara para pihak yang mengetahui harga wajar (yang berlaku pada pasar pada saat itu) atas barang yang akan dijualnya).

⁴⁰ QS. Al-Maidah [5]: 1.

⁴¹ Darwis Harahap, dkk, *Fiqh Muamalah II*, (Medan: Merdeka kreasi, 2022), hlm. 83.

Pada potongan *يَجُوزُ أَنْ يَكُونَ سَمْسَارًا فِي بَيْعِ الْحَاضِرِ لِلْحَاضِرِ* bermakna larangan bersifat khusus untuk mencegah terjadinya penipuan dan pemanfaatan ketidaktahuan harga pasar. Hal ini ditegaskan oleh Ibnu Hajar yang menyatakan bahwa secara tersirat Hadist tersebut menunjukkan kebolehan seseorang menjadi *simsār* dalam jual beli yang dilakukan antara sesama orang yang mengetahui harga pasar. Dengan demikian, akad *samsarah* dibolehkan selama tidak mengandung unsur *gharar* dan dilakukan secara adil serta transparan.

عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ فِي مَعْنَى اسْتِمْرَارٍ قَالَ: لَا بَأْسَ أَنْ يَقُولَ بَيْعَ هَذَا الثَّوبِ بِكَذَا فَمَا زَادَ فَهُوَ لَكَ (رواه البخاري)⁴²

Artinya: Dari Ibnu Abbas r.a. dalam perkara *simsār* ia berkata tidak apa-apa, jika seseorang berkata juallah kain ini dengan harga sekian, lebih dari penjualan harga itu adalah untuk engkau.” (HR. Bukhari).

Berdasarkan hadis di atas transaksi bisnis yang melibatkan pihak *simsār* secara hukum *taklifi* mubah atau dibolehkan melaksanakannya termasuk mengambil keuntungan atas transaksi yang dilakukannya dengan seizin pihak penjual ataupun pembeli dengan ketentuan terbebas dari unsur *gharar*, *maysir*, *tadlis*. Meskipun keberadaan *simsār* sebagai suatu profesi dalam masyarakat masih banyak dipertanyakan keabsahannya oleh kalangan masyarakat awam karena dalam melaksanakan pekerjaan ini, pihak *simsār*, agen, broker dan sebagainya cenderung lebih mengedepankan nilai profit yang berbeda dengan eksistensi yang seharusnya.⁴³

Imam Abu Dawud meriwayatkan dari Qais Bin Abi Ghurzat Al-Kinani yang menjelaskan:

⁴² Al-Bukhari, Sahih al-Bukhari, (Beirut: Daral-Fikr, 1419H/2005M), hlm.790.

⁴³ Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), hlm. 192.

كُنَّا فِي عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ تُسَمَّى السَّمَاوِيَّةَ فَمَرَّ بِنَا رَسُولُ اللَّهِ فَسَمَّانَا بِاسْمِهِ هُوَ أَحْسَنُ مِنْهُ

فَقَالَ يَا مَعْشَرَ التُّجَّارِ إِنَّ الْبَيْعَ بِخَضْرَاءِ اللَّعْوِ وَالْحَلْفِ فَشُؤْبُوهُ بِالصَّدَقَةِ⁴⁴

Artinya: Kami pada masa Rasulullah SAW, biasa disebut (orang) dengan sebutan *samasirah*. Kemudian (suatu ketika) kami bertemu dengan Rasulullah SAW, lalu Beliau menyebut kami dengan sebutan yang lebih pantas dari sebutan tadi. Beliau bersabda, “Wahai para pedagang, sesungguhnya jual-beli itu bisa mendatangkan omongan yang bukan-bukan dan sumpah palsu. Oleh karena itu, kalian harus membersihkannya dengan sedekah”.

Maksud dari sabda tersebut adalah bahwa dalam dunia perniagaan terdapat potensi munculnya ucapan yang tidak perlu atau berlebihan serta sumpah palsu untuk menarik pembeli. Oleh sebab itu, Rasulullah SAW menekankan pentingnya sikap jujur terlebih lagi kerja yang menjual maupun membelikan barang maupun jasa agar transaksi tetap berada dalam koridor yang benar dan terhindar dari dosa serta dampak buruk perbuatan tersebut.

Dewan Syariah Nasional mengeluarkan Fatwa DSN-MUI Nomor 93/DSN-MUI/VI/2014 tentang perantara (wasathah) dalam bisnis properti sebagai landasan hukum syariah praktik tersebut. Dengan demikian dapat kita simpulkan transaksi bisnis yang melibatkan *simsār* (akad *samsarah*) secara hukum diperbolehkan, termasuk dalam hal mengambil keuntungan dari transaksi yang dilakukan atas dasar izin pihak penjual atau pembeli, dengan ketentuan bebas dari *gharar*, *maysir*, dan *tadlis*. Karena, *simsār* yang baik merupakan perantara yang menjembatani antara penjual dan pembeli, serta banyak mempermudah keduanya dalam melakukan perdagangan dan mendapatkan keuntungan.

⁴⁴ Taqiyuddin an-Nabhani, *Sistem Ekonomi Islam*, terjemahan oleh Hafidz Abdurrahman dan tim HTI Press (Jakarta: Hizbut Tahrir Indonesia – HTI Press, 2010), hlm. 163.

B. Rukun dan Syarat *Samsarah*

Dalam kajian fiqh, terdapat dua unsur yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan, yaitu rukun dan syarat. Keduanya harus terpenuhi sebagai ketentuan suatu perbuatan hukum, termasuk dalam akad *muamalah*. Sah atau tidaknya suatu akad ditentukan oleh terpenuhinya rukun dan syarat yang telah ditetapkan, demikian pula halnya dengan perjanjian dalam akad *samsarah*. Rukun merupakan unsur pokok yang menjadi bagian yang sangat penting dari suatu akad, baik dalam bidang ibadah maupun *muamalah*.⁴⁵ Oleh karena itu, tidak terpenuhinya rukun dapat berakibat batalnya akad atau menjadikan akad tersebut menjadi gugur.

Adapun syarat akad adalah unsur yang berada di luar substansi akad, namun tetap harus ada dalam pelaksanaannya. Meskipun tidak lengkapnya syarat tidak serta-merta membatalkan akad, kondisi tersebut menyebabkan akad menjadi tidak sempurna atau cacat (*fasid*), sehingga diperlukan pemenuhan syarat agar akad dapat berjalan secara utuh dan sesuai dengan ketentuan. Adapun rukun sahnya akad *samsarah*, yaitu:

1. *Al-Muta'qidin* (*Simsār* dan *Mustafid*)

Untuk menjalankan hubungan kerjasama harus ada *simsār* dan *mustafid* agar kerjasama dapat berjalan dengan lancar. *Al-Muta'qidin* adalah para pihak yang melakukan perjanjian atau kontrak untuk melaksanakan pekerjaan dimana satu pihak mengikatkan dirinya kepada pihak lain dengan kesepakatan mengenai upah atau imbalan yang berhak diterima atas pekerjaan tersebut. Dalam akad, *Al-Muta'qidin* merupakan subjek yang bertindak atas dasar kesadaran, kehendak, dan kerelaan tanpa adanya paksaan. Selain itu, seorang *simsār* juga harus jujur, tulus, terbuka dan tidak terlibat dalam penipuan atau kegiatan ilegal dan tidak terlibat dalam bisnis yang dilarang oleh agama, ia juga berhak mendapatkan upah setelah

⁴⁵ Ghufuran A. Masadi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hlm.78.

berhasil memenuhi kontraknya, sedangkan yang menggunakan jasanya yaitu *mustafid* harus segera membayarnya.

2. *Maḥāl al-ta'âqud* (Jenis Transaksi yang Dilakukan dan Kompensasi)

Maḥāl al-ta'âqud Adalah objek dari akad yang meliputi jenis transaksi yang dilakukan serta bentuk kompensasi atau imbalan yang diberikan. Jenis transaksi atau objek transaksi harus diketahui secara jelas dan tidak boleh berkaitan dengan perbuatan yang mengandung unsur kebatilan, kemaksiatan, atau keharaman. Demikian pula dengan nilai kompensasi, upah, atau *fee*, harus ditentukan dan disepakati sejak awal agar transaksi berlangsung secara transparan dan tidak menimbulkan keberatan dari salah satu pihak. Besaran imbalan yang diberikan kepada *simsār* harus sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati bersama dalam akad.

3. *Shighat* (Ijab Kabul)

Shighat atau ijab kabul merupakan lafaz yang diucapkan oleh para pihak dalam bentuk pernyataan dan menunjukkan adanya kerelaan, pemahaman dan kesepakatan antara para pihak agar kerja sama tersebut sah. Adapun *shighat* akad dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan sebagai sebuah kontrak atau perjanjian yang memiliki kekuatan hukum. *Shighat* yang dilakukan secara tertulis memiliki kekuatan hukum yang lebih kuat dibandingkan dengan lisan. *Shighat* diucapkan menunjukkan bahwasanya para pihak saling ridha dalam melakukan perjanjian yang dibuat.⁴⁶

Pemenuhan rukun akad *samsarah* harus dilakukan secara sempurna yang bertujuan untuk memastikan sahnya perjanjian *samsarah* yang dilakukan dalam transaksi muamalah. Akad dapat dinyatakan tidak sah atau cacat apabila hanya memenuhi rukun tapi tidak disertai dengan syaratnya, Adapun sahnya pekerjaan *samsarah* itu harus memenuhi beberapa syarat, yaitu sebagai berikut:

⁴⁶ Masfuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah*, (Jakarta: CV. Haji Masagung, 1993), hlm.122.

1. Persetujuan kedua belah pihak, yaitu adanya kesepakatan serta kerelaan para pihak yang melakukan akad.
2. Objek akad bisa diketahui manfaatnya, memiliki manfaat yang jelas, dapat diketahui secara nyata, serta memungkinkan untuk diserahkan kepada konsumen.
3. Objek akad tidak boleh berkaitan dengan perbuatan yang dilarang dalam agama, seperti aktivitas yang mengandung unsur maksiat atau keharaman lainnya, seperti jasa yang berkaitan dengan judi dan sebagainya.⁴⁷

Menurut Hamzah Ya'kub bahwa antara pemilik barang dan makelar dapat mengatur suatu syarat tertentu mengenai jumlah keuntungan yang di peroleh pihak makelar. Boleh dalam bentuk prosentase dari penjualan, dan juga boleh mengambil dari kelebihan harga yang di tentukan oleh pemilik barang.⁴⁸ Setelah terpenuhinya rukun dan syarat tersebut, pelaksanaan akad *samsarah* juga harus memperhatikan prinsip-prinsip umum dalam fiqh muamalah seperti adil, jujur, amanah, terhindar dari *gharar*, *maysir*, dan riba agar tujuan akad dapat tercapai secara sesuai dengan ketentuan syariah.

C. Pendapat Ulama Tentang Akad *Samsarah*

Akad *samsarah* merupakan salah satu bentuk transaksi muamalah yang telah dikenal sejak masa awal perkembangan Islam. Praktik ini muncul sebagai respon atas kebutuhan manusia dalam aktivitas ekonomi, khususnya Ketika pemilik barang tidak mampu atau tidak memiliki waktu untuk memasarkan barangnya sendiri. Dalam konteks tersebut, kehadiran perantara atau *simsār* menjadi solusi yang memudahkan terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, pembahasan mengenai akad *samsarah* tidak dapat dilepaskan dari prinsip dasar muamalah Islam yang menekan kemaslahatan,

⁴⁷ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah Jilid 12*, diterjemahkan olehh Kamaluddin A. Marzuki, dkk. (Bandung: Alma'arif, 1996), hlm 199.

⁴⁸ Fithriana Syarqawie, *Fikih Muamalah* (Banjarmasin: IAIN Antasari Press, 2014), hlm. 28.

keadilan, dan saling meridhai. Para ulama sejak masa sahabat hingga ulama kontemporer telah memberikan perhatian terhadap praktik ini dengan sudut pandang yang beragam. Perbedaan pendapat tersebut pada dasarnya bukan bertujuan untuk meniadakan praktik *samsarah*, melainkan untuk menjaga agar pelaksanaannya tidak keluar dari nilai-nilai syariah. Dengan demikian, akad *samsarah* menjadi salah satu topik penting dalam kajian fiqh muamalah, terutama Ketika dikaitkan dengan praktik bisnis modern.⁴⁹

Mayoritas Ulama fikih berpendapat bahwa akad *samsarah* hukumnya mubah atau dibolehkan. Pendapat ini didasarkan pada kaidah umum pada fikih muamalah yang menyatakan bahwa hukum asal segala bentuk transaksi adalah boleh selama tidak terdapat dalil yang melarangnya secara tegas. Ulama juga menilai bahwa *samsarah* merupakan bentuk kerja sama ekonomi yang membawa manfaat bagi semua pihak, baik pemilik barang, perantara, maupun pembeli. Pemilik barang terbantu dalam memasarkan produknya, perantara memperoleh imbalan atas jasa yang diberikan, dan pembeli mendapatkan barang yang dibutuhkan. Oleh sebab itu, selama akad *samsarah* dilakukan atas dasar kerelaan para pihak dan tidak mengandung unsur penipuan atau ketidakjelasan, maka praktik tersebut dinilai sah secara syariah. Pendapat ini juga sejalan dengan tujuan syariat Islam yang ingin mewujudkan kemaslahatan dan menghindari kemudharatan. Dengan demikian, kebolehan *samsarah* merupakan perwujudan dari fleksibilitas hukum Islam dalam bidang muamalah.

Dasar kebolehan akad *samsarah* juga dapat ditemukan dalam praktik para sahabat dan *tabi'in*. Ibnu Sirin, salah seorang ulama *tabi'in*, menyatakan bahwa tidak mengapa seseorang berkata kepada orang lain, “Jual lah barang ini untukku, dan kelebihan dari harga penjualannya menjadi milikmu”. Pernyataan ini menunjukkan bahwa pemberian imbalan kepada perantara dalam bentuk selisih harga merupakan praktik yang telah dikenal sejak masa awal Islam. Pendapat

⁴⁹ Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan syariah Nasional: No. 151/ DSN /MUI /VI /2022, hlm. 4.

ibnu sirin ini dipahami sebagai legitimasi terhadap praktik *samsarah* selama dilakukan dengan kesepakatan yang jelas. Selain itu, praktik ini mencerminkan prinsip kejujuran dan keterbukaan antara pemilik barang dan perantara. Dengan adanya kesepakatan sejak awal, maka potensi sengketa dapat diminimalisir. Maka, pendapat Ibnu Sirin sering dijadikan rujukan utama oleh ulama yang membolehkan akad *samsarah*. Pendapat ini juga menunjukkan bahwa praktik perantara bukanlah hal baru dalam islam, melainkan bagian dari dinamika muamalah umat Islam sejak awal.

Berdasarkan praktik yang telah terjadi pada masa sahabat dan *tabi'in*, dapat dilihat bahwa akad *samsarah* pada dasarnya telah dikenal dan dipraktikkan sejak periode awal Islam. Namun dengan demikian, seiring berkembangnya aktivitas ekonomi dan semakin kompleksnya bentuk transaksi muamalah, para ulama dari berbagai mazhab fiqh kemudian melakukan kajian yang lebih mendalam terhadap praktik *samsarah* dari sudut pandang hukum. Perbedaan kondisi serta potensi dampak negatif dari praktik perantara menyebabkan munculnya beragam pandangan kalangan ulama mazhab mengenai kebolehan maupun memberikan syarat-syarat tertentu akad *samsarah*.

Menurut mazhab Hanafi, praktek *samsarah* atau makelar tidak boleh karena dinilai mengandung unsur *gharar*, yakni ketidakjelasan dalam objek atau manfaat akad. Namun, dalam literatur Hanafiyah ditemukan adanya pandangan yang lebih moderat. Ibnu 'Abidin dalam *al-Hāsyiyah* meriwayatkan bahwa Muhammad bin Salamah pernah ditanya mengenai hukum upah makelar, lalu ia menjawab bahwa hal tersebut tidak masalah. Alasannya, praktik transaksi melalui makelar telah menjadi kebiasaan ditengah masyarakat dan banyak dilakukan oleh orang-orang meskipun secara teori awalnya dipandang sebagai akad yang *fasid*. Ia menegaskan bahwa sebagian ulama membolehkannya bukan

karena akad tersebut sepenuhnya bebas dari cacat, melainkan karena kebutuhan masyarakat yang luas terhadap jasa perantara dalam transaksi.⁵⁰

Di sisi lain, menurut ulama Hanafiyah manfaat yang menjadi objek sewa harus ditentukan secara jelas sejak akad dilakukan. Jika manfaat tersebut belum dilakukans secara konkret pada saat akad, maka akad tersebut dianggap tidak sah. Oleh karena itu, penilaian terhadap boleh atau tidaknya suatu transaksi tidak dapat dilihat dari satu sisi saja, melainkan harus ditinjau dari berbagai aspek, khususnya dari segi objek akad. Objek yang diperbelikan atau dimanfaatkan harus jelas statusnya, baik terkaitnya kehalalan, keberadaannya, amupun kepastian manfaatnya.⁵¹

Mazhab Maliki, pada prinsipnya membolehkan praktik makelar dengan beberapa syarat tertentu. Di antara syarat tersebut adalah tidak ditentukannya batas waktu pekerjaan, harga barang harus diketahui dengan jelas., serta upah tidak boleh diberikan sebelum pekerjaan selesai dilaksanakan. Jika upah dibayar secara kontan di awal akad, maka akad tersebut dianggap *fasid*. Mazhab Maliki juga membolehkan pemberian imbalan yang tidak ditentukan secara rinci, seperti pernyataan bahwa siapa saja yang menemukan barang hilang maka berhak memperoleh imbalan tertentu. Model akad seperti ini dipandang sah karena didasarkan pada hasil pekerjaan, bukan pada waktu atau prosesnya. Selain itu, upah dalam akad *samsarah* harus diberikan setelah pekerjaan selesai.⁵²

Mazhab Syafi'i, praktik makelar dapat dikategorikan ke dalam akad *ju'alah*, yaitu pemberian imbalan kepada seseorang atas keberhasilan menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu, seperti menemukan barang yang hilang. Mazhab Syafi'i juga membolehkan akad untuk pekerjaan yang tidak ditentukan

⁵⁰ Muhammad Iqbal dan Aulia Ulfah, "Analisis Sistem Pembagian Keuntungan Pada PT. Halal Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HNI-HPAI) Dalam Perspektif Akad *Samsarah*", *Jurnal Al-Mudharabah*, Volume 1 Edisi I, (Aceh: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry, 2020), hlm. 29. Diakses melalui <https://journal.ar-raniry.ac.id/index.php/mudharabah/article/view/814>, tanggal 01 Februari 2026.

⁵¹ *Ibid*.

⁵² Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan syariah Nasional: No. 93/ DSN /MUI /IV /2014, hlm. 3.

secara rinci, karena adanya kebutuhan yang mendesak dalam kehidupan bermuamalah. Namun demikian, tidak ada hak atas upah bagi pekerja kecuali dengan izin pemilik harta, dan tidak ada hak atas *ju'alah* kecuali setelah pekerjaan tersebut benar-benar dilaksanakan.⁵³

Ulama Syafi'iyah membolehkan akad *ijarah* atas manfaat yang bersifat *maushufah fi al-dzimmah*. Mereka memandang akad tersebut sebagai bagian dari akad jual beli *salam* atas manfaat, yang hukumnya diperbolehkan dalam Islam. Dalam akad ini, kedua belah pihak memiliki hak untuk membatalkan kontrak sebelum pekerjaan dimulai. Namun, apabila pekerjaan telah diselesaikan, maka pemilik harta tidak boleh membatalkan akad secara sepihak. Jika pembatalan tetap dilakukan, maka ia wajib memberikan upah yang sepadan dengan pekerjaan yang telah dikerjakan.⁵⁴

Menurut mazhab Hanbali, praktik makelar diperbolehkan dalam pekerjaan yang bersifat mubah meskipun bentuk pekerjaannya tidak ditentukan secara rinci. Kebolehan ini didasarkan pada kebutuhan masyarakat seperti dalam pekerjaan mencari dan mengembalikan barang atau hewan yang hilang. Dalam pandangan mazhab Hanbali, makelar berhak memperoleh upah setelah pekerjaan selesai, dengan syarat ia mendapatkan izin dari pemilik harta. Apabila pekerjaan tersebut dilakukan tanpa izin, maka makelar tidak berhak atas imbalan apa pun.⁵⁵

Al-Kasani berpendapat bahwa praktik *samsarah* diperbolehkan selama terbebas dari unsur *gharar fahisy* (ketidakjelasan yang berlebihan) dan *jahalah fahisyah* (ketidaktahuan yang signifikan). Oleh karena itu, dalam pelaksanaannya harus terdapat kejelasan mengenai jenis pekerjaan yang dilakukan, besaran upah

⁵³ Muhammad Iqbal dan Aulia Ulfah, "Analisis Sistem Pembagian Keuntungan Pada PT. Halal Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HNI-HPAI) Dalam Perspektif Akad *Samsarah*", *Jurnal Al-Mudharabah*, Volume 1 Edisi I, (Aceh: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry, 2020), hlm. 29. Diakses melalui <https://journal.ar-raniry.ac.id/index.php/mudharabah/article/view/814>, tanggal 01 Februari 2026.

⁵⁴ *Ibid.*, hlm. 30.

⁵⁵ *Ibid.*

(*ujrah*) yang akan diterima, serta jangka waktu pelaksanaannya.⁵⁶ Dengan terpenuhinya unsur-unsur tersebut, maka praktik *samsarah* dinilai sah menurut syariat dan tidak mengandung dosa bagi pelakunya. Selain itu, seorang *simsār* juga diperbolehkan memperoleh keuntungan atau imbalan dari hasil penjualan yang berhasil dilakukannya sebagai bentuk kompensasi atas jasa yang diberikan.

Imam Bukhari dalam kitab *Sahih al-Bukhary* menyatakan bahwa para imam dan *fuqaha* seperti Ibnu Sirrin, ‘Atha’, Ibrahim dan al-Hasan; memperbolehkan pihak makelar (*simsār*) menetapkan dan mengambil komisi atas jasa ataupun usaha yang dilakukannya, sehingga transaksi bisnis yang dilakukan pihak penjual dan pembeli dapat terlaksana karena adanya kontribusi agen.⁵⁷

Yusuf al-Qardhawi tidak menjelaskan secara detil tentang bentuk akad *samsarah*, namun al-Qardhawi menyatakan dalam fatwanya bahwa keberadaan makelar (*simsār*) merupakan suatu profesi yang diperbolehkan namun hanya dikhususkan untuk memperantarai pelaku usaha yang berbeda asalanya sehingga secara normal tidak mungkin bertemu dalam mekanisme pasar.⁵⁸ Sedangkan tingkat kebutuhan transaksi bisnis antara pelaku pasar dalam daerah dengan luar daerah cenderung sama, namun penguasaan pasar pasti berbeda sehingga dengan keberadaan makelar akan lebih mudah menghubungkan para pihak dalam transaksi bisnis.

Berdasarkan berbagai pendapat *fuqaha* yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa akad *samsarah* pada dasarnya dibolehkan dalam Islam. Meskipun demikian, sebagian ulama tidak membolehkannya karena menilai bahwa dalam praktik tertentu akad *samsarah* berpotensi mengandung unsur

⁵⁶ Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan syariah Nasional: No. 93/ DSN /MUI /IV /2014, hlm. 3.

⁵⁷ Yusuf Al-Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Terjemahan oleh Mu’ammal Hamidy), (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1998), hlm. 252.

⁵⁸ Muhammad Ramadhan, Husni Mubarrak, dan Nahara Eriyanti, “Analisis Praktik Jual Beli Case Handphone Secara Online Dengan Metode Dropship Menurut Perspektif Akad *Samsarah*,” *Islamic Circle*, Volume 5, no. 1 (2024): hlm. 19. Diakses melalui <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/islamiccircle/article/view/1910/1283>, tanggal 01 Februari 2026.

gharar, yaitu ketidakjelasan dalam objek atau mekanisme transaksi. Perbedaan pendapat ini menunjukkan bahwa penilaian hukum terhadap akad *samsarah* sangat bergantung pada bentuk dan cara pelaksanaannya dalam praktik. Dalam konteks fiqh, akad *samsarah* termasuk dalam akad *Ijarah* (sewa-menyewa) karena yang disewa itu adalah jasa daripada *simsār* tersebut. *Ijarah* itu terbagi kepada dua pembahagian yang pertama, sewa-menyewa atas barang atau benda, seperti menyewa rumah untuk ditempati oleh pihak yang menyewa, yang kedua sewa-menyewa atas jasa pekerjaan seperti upah menjahit pakaian atau upah pengacara. Maka dengan demikian, pekerjaan *samsarah* dibolehkan dalam Islam dengan ketentuan objek barang yang diperjualbelikan haruslah terbebas dari MAGHRIB (*maysir*, *gharar*, *riba*, dan *bathil*), dan jika pekerjaan *simsār* tidak jelas, maka akad *samsarah* nya *fasid*.

D. Peran dan Tanggung Jawab *Simsār* dalam Pelaksanaan Akad *Samsarah*

Secara umum, peran *simsār* sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha yang terkadang memiliki keterbatasan dalam memasarkan, menjual, serta mempromosikan produk yang dimiliki. Di sisi lain, konsumen juga membutuhkan peran *simsār* terutama bagi mereka yang memiliki kesibukan sehingga tidak memiliki cukup waktu untuk mencari dan memperoleh barang secara langsung.⁵⁹ Peran utama seorang *simsār* adalah sebagai penghubung antara pihak penjual dan pembeli. Tugasnya mencakup aktivitas seperti negosiasi, pencarian mitra, atau penyelesaian transaksi. *simsār* tidak hanya bertindak sebagai penghubung pasif, tetapi juga harus memiliki keahlian dan inisiatif untuk memastikan tujuan *mustafid* tercapai.⁶⁰

⁵⁹ Ahmad Hamdi, Abd. Rahman, dan Nahei, "Makelar dalam Transaksi Ekonomi (Analisis Fatwa DSN MUI No. 151/DSN-MUI/VI/2022 Tentang Akad *Samsarah*)," *ILTIZAM: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Vol. 1, No. 2 (Januari 2024), hlm. 132. Diakses melalui <https://journal.ibrahimy.ac.id/index.php/Iltizam/article/view/4574>, tanggal 02 Februari 2026.

⁶⁰ Eka Wahyu Hestya Budianto, *Akad Samsarah dalam Fikih Muamalah: Kajian Turats dan Kontemporer* (Malang: PT. Afanin Media Utama, 2025), hlm. 2.

Sebaliknya, dalam kondisi tertentu *simsār* juga dapat membantu pembeli untuk menemukan barang yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansialnya. Peran ini menjadi sangat penting terutama dalam transaksi yang melibatkan barang bernilai tinggi, seperti tanah, kendaraan bermotor, rumah, dan barang modal lainnya. Selain itu, *simsār* juga berperan dalam mempertemukan kedua pihak agar tercipta komunikasi yang efektif mengenai kondisi barang, harga pasar, kualitas barang, hingga mekanisme pembayaran. Dengan demikian, *simsār* tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator yang mempercepat terjadinya akad jual beli. Dalam konteks bisnis modern, peran ini dapat disamakan dengan agen pemasaran, broker, makelar, atau *sales representative* yang bekerja atas dasar komisi atau bonus tertentu. Apapun namanya, perannya tetap sama dan bertugas sebagai perantara dalam menjualkan barang baik atas nama sendiri maupun atas nama perusahaan pemilik barang.⁶¹

Peran *simsār* dalam pelaksanaan akad samsarah berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 151 Tahun 2022 memiliki kedudukan hukum yang jelas sebagai pihak yang menjalankan pekerjaan tertentu untuk mencapai hasil yang diharapkan oleh *mustafid*. Kedudukan ini menunjukkan bahwa *simsār* bukan sekadar pihak pendukung, melainkan subjek hukum yang memiliki tanggung jawab langsung terhadap keberhasilan akad. Secara hukum, hubungan antara *simsār* dan *mustafid* terbentuk melalui akad yang sah dan mengikat kedua belah pihak. Oleh karena itu, segala tindakan yang dilakukan *simsār* harus berlandaskan pada kesepakatan yang telah disetujui bersama. Peran ini menempatkan *simsār* sebagai pelaksana utama dalam merealisasikan tujuan transaksi. Dalam konteks ini, keberhasilan atau kegagalan pencapaian *natijah* akan sangat bergantung pada kinerja *simsār*.

⁶¹ Ibnu Mas'ud, Zainal Abidin S, *Fiqih Madzhab Syafi'i*, Edisi 2, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), hlm. 50.

Dengan demikian, peran *simsār* dalam akad *samsarah* merupakan peran yang memiliki implikasi hukum yang kuat dan terukur.⁶²

Tanggung jawab hukum *simsār* yang paling mendasar adalah kewajiban untuk melaksanakan pekerjaan yang telah disepakati dalam akad. Dalam Fatwa disebutkan bahwa *simsār* wajib melakukan pekerjaan guna mewujudkan *natijah* yang diharapkan oleh *mustafid*. Kewajiban ini bersifat mengikat dan menjadi inti dari hubungan hukum antara kedua belah pihak. Jika *simsār* tidak melaksanakan pekerjaan tersebut, maka dapat dianggap telah melakukan pelanggaran akad. Pelanggaran ini dapat berakibat pada hilangnya hak *simsār* untuk memperoleh imbalan. Oleh karena itu, pelaksanaan pekerjaan sesuai akad menjadi kewajiban utama yang tidak dapat diabaikan. Selain itu, pekerjaan yang dilakukan harus sesuai dengan kemampuan *simsār* sebagaimana disyaratkan dalam Fatwa DSN-MUI. Dengan demikian, tanggung jawab *simsār* dalam hal ini bersifat konkret dan dapat diukur berdasarkan hasil kerja yang dicapai.⁶³

Dalam fiqh muamalah, penyampaian informasi yang jujur merupakan bagian dari amanah yang wajib dijaga oleh *simsār*, yang harus bersikap jujur, ikhlas, terbuka, tidak melakukan penipuan dan bisnis yang haram maupun yang *syubhat*.⁶⁴ Hal ini penting untuk menghindari unsur *tadlis* (penipuan) dan *gharar* yang dapat menyebabkan cacatnya akad. Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan maka barang-barang yang akan ditawarkan harus jelas, sehingga seorang *simsār* tidak dibenarkan menyembunyikan cacat barang, memberikan keterangan palsu, atau menaikkan harga secara tidak wajar demi keuntungan pribadi. Oleh karena itu, peran informatif dari *simsār* harus dijalankan dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab.

⁶² Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan syariah Nasional: No. 151/ DSN /MUI /VI /2022, hlm. 10.

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ Fithriana Syarqawie, *Fikih Muamalah*, (Banjarmasin: IAIN Antasari Press, 2014), hlm. 28.

Fatwa DSN-MUI juga mengatur bahwa *natijah* yang menjadi target pekerjaan *simsār* harus jelas, terukur, dan disepakati oleh kedua belah pihak. Ketentuan ini memiliki implikasi hukum bahwa *simsār* bertanggung jawab terhadap hasil yang telah ditentukan secara jelas dalam akad. Jika *natijah* tidak jelas, maka akad dapat mengandung unsur *gharar* yang dapat menyebabkan ketidakabsahan. Oleh karena itu, kejelasan *natijah* menjadi syarat penting dalam menentukan tanggung jawab *simsār*. Dalam praktiknya, *natijah* dapat berupa terjadinya transaksi, tercapainya penjualan, atau terpenuhinya kesepakatan tertentu. Dengan adanya kejelasan tersebut, maka tanggung jawab *simsār* dapat diukur secara objektif. Hal ini juga memudahkan dalam menentukan apakah *simsār* telah memenuhi kewajibannya atau belum. Dengan demikian, ketentuan *natijah* berfungsi sebagai dasar hukum dalam menilai kinerja *simsār*. Tanggung jawab hukum *simsār* juga berkaitan dengan aspek waktu dalam pelaksanaan pekerjaan. Jika akad *samsarah* dibatasi oleh waktu tertentu, maka *simsār* wajib menyelesaikan pekerjaannya dalam jangka waktu tersebut. Dalam Fatwa DSN-MUI dijelaskan bahwa hak *simsār* atas imbalan bergantung pada tercapainya *natijah* dalam waktu yang telah ditentukan. Jika *simsār* gagal mencapai hasil dalam waktu tersebut, maka dapat dinyatakan telah kehilangan haknya untuk memperoleh *fee* ataupun komisi.⁶⁵

Simsār juga memikul tanggung jawab moral dan hukum dalam menjaga amanah yang diberikan oleh pihak yang diwakilinya. Tanggung jawab ini meliputi kepatuhan prinsip halal, memastikan transaksi yang dilakukan bebas dari riba atau praktik merugikan, kewajiban untuk menjalankan tugas sesuai instruksi pemilik barang, menjaga kerahasiaan informasi yang bersifat sensitif, serta tidak melakukan tindakan yang merugikan salah satu pihak agar terjaga kemaslahatan bersama.⁶⁶

⁶⁵ Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan syariah Nasional: No. 151/ DSN /MUI /VI /2022, hlm. 9.

⁶⁶ Eka Wahyu Hestya Budianto, *Akad Samsarah dalam Fikih Muamalah: Kajian Turats dan Kontemporer* (Malang: PT. Afanin Media Utama, 2025), hlm. 2.

Tanggung jawab *simsār* juga berkaitan erat dengan prinsip keadilan dalam transaksi. Islam sangat menekankan bahwa setiap akad muamalah harus dilaksanakan atas dasar keadilan dan kerelaan para pihak. Dalam hal ini, *simsār* tidak boleh berpihak secara tidak adil kepada salah satu pihak demi memperoleh keuntungan yang lebih besar. Selain itu, tanggung jawab *simsār* adalah memastikan bahwa transaksi berlangsung secara transparan dan adil. Dalam perspektif syariah, tanggung jawab *simsār* tidak hanya berhenti pada aspek teknis transaksi, tetapi juga mencakup dimensi etika dan spiritual. Seorang *simsār* harus menjunjung tinggi nilai *ṣidq* (kejujuran), *amanah* (dapat dipercaya), *‘adl* (keadilan), dan *maslahah* (kemanfaatan). Nilai-nilai ini menjadi fondasi utama dalam menjalankan profesi perantara secara islami. Dengan memegang prinsip-prinsip tersebut, *simsār* tidak hanya memperoleh keuntungan materi, tetapi juga menjaga keberkahan dari transaksi yang dilakukan. Hal ini penting karena dalam Islam, tujuan muamalah tidak semata-mata *profit oriented*, tetapi juga mengandung dimensi ibadah dan tanggung jawab sosial. Oleh sebab itu, profesi *simsar* harus dijalankan secara profesional sekaligus sesuai dengan nilai-nilai moral Islam.⁶⁷

E. Ketentuan Upah sebagai *Fee* dalam Akad *Samsarah*

Dalam konteks hubungan kerja, upah dipahami sebagai penerimaan yang diberikan oleh pemberi kerja kepada pekerja sebagai kompensasi atas pekerjaan atau jasa yang telah maupun akan dilaksanakan. Besaran upah tersebut umumnya dinyatakan dalam bentuk uang dan ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara kedua belah pihak. Pembayaran upah dilakukan berdasarkan adanya perjanjian kerja yang mengikat antara pengusaha dan pekerja. Selain gaji pokok, upah juga dapat mencakup berbagai bentuk tunjangan yang diberikan, baik untuk kepentingan pekerja itu sendiri maupun untuk keluarganya. Dengan demikian, upah tidak hanya berfungsi sebagai balas jasa atas tenaga yang diberikan, tetapi

⁶⁷ *Ibid.*

juga sebagai bentuk penghargaan atas kontribusi pekerja dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya.⁶⁸

Dalam Pasal 76 KUH Dagang dijelaskan bahwa pekerjaan komisioner (*simsār*) sebagai perseorangan dengan kompetensi khusus dalam menyelesaikan kesepakatan atas nama perusahaan atau hak pribadi akan tetapi dengan kewenangan yang diberikan oleh pihak perusahaan dengan memperoleh upah tertentu.⁶⁹

Ketentuan upah dalam akad *samsarah* harus dipahami sebagai bagian integral dari syarat sah akad itu sendiri. Bentuk *fee* yang bervariasi pada akad *samsarah* dapat disesuaikan dengan kesepakatan para pihak dan jenis transaksi yang dilakukan. Dalam praktiknya, *fee* dapat diberikan dalam bentuk nominal tetap, persentase dari hasil penjualan, maupun bonus berdasarkan target tertentu. Selain itu, hak atas upah lahir setelah *simsār* menyelesaikan tugas atau setelah hasil yang menjadi objek akad berhasil tercapai. Hal ini menunjukkan bahwa upah diberikan berdasarkan hasil kerja yang nyata, bukan hanya berdasarkan usaha semata. Ketentuan ini juga mencerminkan keseimbangan antara kewajiban untuk bekerja dan hak untuk memperoleh imbalan. Dengan demikian, *fee* baru menjadi hak penuh *simsār* setelah tugasnya selesai sesuai kesepakatan. Prinsip ini sangat penting dalam menjaga keadilan antara kedua belah pihak.⁷⁰

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan menyatakan bahwa sistem *fee* adalah suatu hak bagi pekerja yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang maupun barang sebagai imbalan dari pemilik modal kepada pekerja yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, dan perundang-undangan atas pekerjaan atau jasa yang telah

⁶⁸ Benoe Satriyo Wibowo, *Himpunan Peraturan Perundangan Ketenagakerjaan*, ed.II (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), hlm. 158.

⁶⁹ Sentosa Sembiring, *Hukum Dagang*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 82.

⁷⁰ Fithriana Syarqawie, *Fikih Muamalah* (Banjarmasin: IAIN Antasari Press, 2014), hlm. 21.

diberikan.⁷¹ Tidak jauh berbeda dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 8 Tahun 1981 tentang perlindungan upah, yaitu suatu penerimaan sebagai imbalan dari pengusaha kepada tenaga kerja untuk suatu pekerjaan atau jasa yang telah atau ditetapkan menurut suatu persetujuan atau peraturan-peraturan perundang-undangan dan dibayar atas dasar suatu perjanjian kerja antara pengusaha dengan tenaga kerja, termasuk tunjangan dan komisi lainnya.

Ulama Hanafi dan Maliki berpendapat bahwa kewajiban upah berdasarkan pada tiga perkara yaitu:

1. Mensyaratkan upah untuk dipercepat dalam akad.
2. Mempercepat tanpa adanya syarat.
3. Membayar kemanfaatan sedikit jika dua orang akad bersepakat untuk mengakhirkan upah hal itu dibolehkan.

Sebagai ketentuan umum, upah menjadi hak pekerja setelah pekerjaan yang menjadi tanggung jawab pekerjaannya selesai dilaksanakan. Dalam hukum Islam, terdapat pedoman yang menekankan bahwa pembayaran upah sebaiknya dilakukan segera setelah pekerjaan selesai. Terkait dengan pengupahan untuk *simsār* harus diperhatikan bahwa pengupahan telah disepakati dan diketahui dari awal, ataupun pengupahan bisa jadi presentase tertentu seperti *ujrah al-misli*. Seorang *simsār* tidak mendapatkan upah kecuali jika telah menyelesaikan pekerjaannya dengan baik. Ketika pekerjaan yang dilakukannya tidak berhasil maka dia tidak akan mendapatkan apa-apa. Jumlah upah atau imbalan jasa juga harus dimengerti betul oleh orang yang memakai jasa tersebut, jangan hanya semena-mena dalam pemenuhan hak dan kewajiban, pihak pemakai jasa harus memberikan kepada makelar yaitu menurut perjanjian yang telah disepakati oleh

⁷¹ R. Joni Bambang, *Hukum Ketenagakerjaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 159.

kedua belah pihak untuk mencegah kekeliruan atau kezaliman dalam pemenuhan hak dan kewajiban di antara mereka.⁷²

Selain waktu pembayaran, kejelasan nominal *fee* juga menjadi syarat utama dalam akad *samsarah*. Besaran upah harus diketahui secara jelas sejak awal akad, karena ketidakjelasan nominal dapat menyebabkan salah satu pihak merasa dirugikan atau bahkan memicu sengketa di kemudian hari. Oleh karena itu, jumlah *fee* harus dirumuskan secara spesifik, baik dalam bentuk nominal tetap maupun persentase tertentu. Kejelasan nominal ini juga berkaitan erat dengan asas kepastian hukum dalam perjanjian. Dalam praktik bisnis, hal ini biasanya dituangkan dalam bentuk kontrak tertulis atau kebijakan perusahaan. Dengan demikian, nominal *fee* tidak boleh diserahkan pada dugaan atau kebiasaan yang tidak jelas. Prinsip ini menjadi pondasi penting bagi sahnya akad *samsarah*.⁷³

Mayoritas ulama menyatakan bahwa upah *simsār* harus jelas nominalnya, misalnya Rp. 500.000 dan tidak boleh dalam bentuk presentase. Seperti pendapat oleh Imam Malik Ibn Anas dalam kitabnya al-Muwatta, Imam Malik berkata “sedangkan bagi seseorang yang diberikan barang barang dan dikatakan bahwa, jika ia menjual mereka, maka ia akan menerima persentase tertentu untuk dinarnya, itu tidak baik karena jika kurang satu dinarnya dari harga tersebut, ia menurunkan upah yang menjadi miliknya, hal ini adalah transaksi yang mengandung ketidakpastian, karena tidak mengetahui berapa banyak yang akan diberikannya.”⁷⁴

Ulama Mazhab Hanafiah membolehkan seseorang memberikan upah kepada *simsār* dalam bentuk persentase. *simsār* hendaknya dapat berlaku jujur dan ikhlas menangani tugas yang dipercayakan kepadanya. Para ulama membolehkan seorang *simsār* untuk mengambil upah dari pemilik atau pembeli

⁷² Yusuf Qardhawi, *Halal Haram dalam Islam*, (Terj. Wahid Ahmadi, dkk), (Surakarta: Era Intermedia, 2005), hlm. 364.

⁷³ Oni Sahroni, *Fikih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Republika Penerbit, 2019), hlm. 214.

⁷⁴ Sayiyd Sabiq, *Fikih Sunnah*, Jilid 12., hlm. 70.

atau dari keduanya. Walaupun sebagian ulama mengatakan bahwa upah *simsār* dapat diambil dari pemilik tanah. Dengan demikian tidak akan terjadi kemungkinan ada penipuan dan memakan harta orang lain (imbalan) dengan jalan haram.⁷⁵

Keadilan dalam penetapan *fee* juga merupakan prinsip yang sangat penting dalam Islam. Besaran upah harus sebanding dengan tingkat usaha, tanggung jawab, dan manfaat yang diberikan oleh *simsār*. Apabila *fee* terlalu kecil dan tidak sesuai dengan beban kerja, maka hal tersebut dapat merugikan *simsār*. Sebaliknya, jika *fee* terlalu besar dan membebani salah satu pihak, maka hal tersebut juga tidak sesuai dengan prinsip keadilan. Oleh sebab itu, asas proporsionalitas harus menjadi dasar dalam penentuan upah. Prinsip ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan hak dan kewajiban para pihak. Islam sangat menekankan agar tidak ada unsur kezaliman dalam hubungan muamalah. Dengan demikian, keadilan dalam pengupahan menjadi salah satu tolak ukur sah atau tidaknya *fee*.⁷⁶ Upah yang diberikan seharusnya sebanding dengan tenaga, waktu, dan tanggung jawab yang telah dicurahkan oleh pekerja. Selain itu, upah tersebut juga harus mampu membantu memenuhi kebutuhan hidup yang layak bagi pekerja dan keluarganya. Besaran upah dapat berbeda antara satu pekerja dengan pekerja lainnya, tergantung pada tingkat kebutuhan, kemampuan, jenis pekerjaan, serta kondisi lingkungan tempat bekerja. Dengan demikian, prinsip keadilan dalam pengupahan menjadi salah satu pondasi penting dalam hukum Islam maupun hukum positif di Indonesia.⁷⁷

Berdasarkan penjelasan mengenai konsep upah menurut ketentuan hukum positif dan pandangan hukum Islam di atas, dapat dipahami bahwa upah pada dasarnya merupakan hak yang timbul dari adanya pekerjaan atau jasa yang telah

⁷⁵ Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan syariah Nasional: No. 93/ DSN /MUI /IV /2014, hlm. 3.

⁷⁶ Yusuf al-Qaradawi, *Fiqh al-Mu'amalat al-Maliyah al-Mu'ashirah* (Kairo: Dar al-Syuruq, 2001), hlm. 131–133.

⁷⁷ G. Kartasaputra, *Hukum Perbudakan DiIndonesia berlandaskan Pancasila* (Jakarta: Sinar Grafika, 1994), hlm. 94.

dilaksanakan oleh seseorang. Prinsip ini juga berlaku dalam akad *samsarah*, di mana *simsār* sebagai pihak perantara berhak memperoleh imbalan atas jasa yang telah diberikan dalam membantu terlaksananya suatu transaksi. Dengan kata lain, *fee* dalam akad *samsarah* merupakan bentuk upah yang diberikan sebagai balas jasa atas peran *simsār* dalam mempertemukan pihak-pihak yang berkepentingan. Oleh karena itu, pembahasan mengenai ketentuan upah secara umum menjadi landasan penting untuk memahami bagaimana sistem pemberian *fee*, bonus, atau komisi dalam akad *samsarah* diatur, baik menurut perspektif fiqh muamalah maupun dalam praktik bisnis kontemporer.



BAB TIGA

SISTEM PENETAPAN TARGET DAN RELASINYA DENGAN BONUS DI PT NUSANTARA SAKTI LAMNYONG

A. Gambaran Umum Sistem Kerja *Sales* pada PT Nusantara Sakti Lamnyong

PT Nusantara Sakti (NSS Group) merupakan perusahaan yang telah lama bergerak di bidang otomotif sejak tahun 1960-an yang dikenal sebagai salah satu pelopor penjualan sepeda motor Honda di Indonesia. Didirikan pada tahun 1962 di Semarang oleh Amo Hartanto Kanadi dan Hartuti Kanadi, perusahaan ini awalnya hanya berupa toko penjualan sepeda motor Honda, namun kemudian berkembang pesat hingga menjadi *main dealer* pada tahun 1971. Seiring berjalannya waktu, NSS Group terus melakukan ekspansi bisnis, termasuk membuka cabang di Jakarta melalui PT Nusantara Surya Sakti pada tahun 1996. Pertumbuhan ini menjadikan perusahaan memiliki jaringan *dealer* yang tersebar luas di berbagai wilayah Indonesia. Tidak hanya berfokus pada penjualan sepeda motor, NSS Group juga mengembangkan berbagai unit usaha lain seperti pembiayaan multiguna, bengkel resmi (AHASS), distribusi suku cadang dan oli, jasa logistik, properti, furnitur, hingga jasa gadai. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melakukan diversifikasi usaha secara berkelanjutan. Dengan pengalaman panjang di industri otomotif, NSS Group mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Nusantara Sakti Group mengusung visi untuk menjadi *dealer* Honda terbesar dengan prinsip pelayanan 3T, yaitu tercepat, termudah, dan terpercaya. Selain itu, perusahaan juga menerapkan budaya kerja ICES (*Integrity, Customer Satisfaction, Excellent Achievement, Synergy*) sebagai landasan dalam setiap aktivitas bisnisnya.⁷⁸

⁷⁸ PT Nusantara Sakti Group, *Profil Perusahaan*, dalam Nusantara Sakti Group Official Website, diakses pada 3 Mei 2026.

Sebagai salah satu cabang dari NSS Group, PT Nusantara Sakti Lamnyong menjalankan sistem kerja penjualan yang terstruktur dengan melibatkan tenaga *sales* sebagai ujung tombak pemasaran perusahaan. Dalam praktiknya, sistem kerja *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong terbagi menjadi *sales dealer* dan *sales lapangan*. *Sales dealer* bertugas melayani konsumen yang datang langsung ke *showroom*, sedangkan *sales lapangan* bertugas mencari konsumen secara langsung di berbagai wilayah melalui kegiatan pemasaran dan *canvassing*. *Sales lapangan* sendiri tersebar di beberapa pos seperti pos di Neusu, pos di Lampeuneurut, dan pos di Lueng Bata, di mana setiap pos terdiri dari sekitar 5 sampai 7 orang *sales*. Jika digabungkan dengan *sales* yang berada di *dealer*, jumlah keseluruhan tenaga *sales* mencapai sekitar 30 orang.⁷⁹

Dalam pelaksanaan pekerjaannya, *sales* diwajibkan membuat laporan aktivitas dan hasil penjualan kepada *leader*. Sistem pelaporan dilakukan secara berjenjang, di mana setiap *sales* melakukan laporan jumlah prospek konsumen, aktivitas pemasaran, serta jumlah unit yang berhasil dijual dalam periode tertentu. Laporan tersebut kemudian direkap oleh perusahaan sebagai bahan evaluasi untuk menilai pencapaian target masing-masing *sales*. Selain sebagai bentuk pengawasan, laporan kerja juga digunakan untuk menentukan pemberian bonus, insentif, maupun evaluasi kinerja tenaga *sales*. Dalam praktiknya, pengawasan tidak hanya dilakukan melalui laporan tertulis, tetapi juga melalui *briefing* rutin dan koordinasi langsung antara *sales* dengan *leader*. Dalam menjalankan tugasnya, para *sales* berada di bawah pengawasan *leader* dan *supervisor* sebagai koordinator tim, kemudian BM (*Branch Manager*) sebagai kepala cabang, AM (*Area Manager*) atau *Marketing Manager*, hingga pihak manajemen pusat dan AHM (Astra Honda Motor) sebagai induk perusahaan Honda di Indonesia. Struktur kerja yang tersusun secara berjenjang tersebut bertujuan untuk

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Prety C Maherta, *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong, pada Tanggal 27 April 2026, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

mempermudah pengawasan, koordinasi, serta pencapaian target penjualan perusahaan.⁸⁰

Sistem kerja *sales* pada PT Nusantara Sakti Lamnyong pada dasarnya merupakan sistem kerja yang berorientasi pada pencapaian target penjualan, setiap *sales* dituntut untuk mampu mencapai jumlah penjualan tertentu dalam periode yang telah ditentukan oleh perusahaan. Namun, seorang *sales* memiliki tugas utama yang tidak hanya terbatas pada aktivitas menjual tetapi juga mencakup berbagai aktivitas lainnya, seperti setiap harinya *sales* melakukan pencarian calon konsumen, menawarkan produk, menjelaskan spesifikasi kendaraan, serta melakukan *follow up* terhadap calon pembeli. Selain itu, juga diwajibkan untuk membuat laporan aktivitas harian yang mencakup jumlah prospek, aktivitas pemasaran, serta hasil penjualan yang dicapai sebagai bentuk pertanggung jawaban kerja.⁸¹

Para *sales* melakukan aktivitas pemasaran dengan cara mendatangi tempat-tempat ramai seperti pasar, warung kopi, maupun kegiatan masyarakat lainnya. Faktor utama yang menentukan keberhasilan seorang *sales* dalam bekerja dan menghadapi tantangannya adalah kemampuan komunikasi, keuletan, dan konsistensi dalam mencari konsumen. Kemampuan dalam membangun hubungan dengan konsumen juga sangat penting. Selain itu, mereka juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk. Perusahaan juga memberikan dukungan kepada tenaga *sales* melalui pelatihan dan pembinaan secara berkala yang biasanya diberikan pada saat awal kerja.

Dalam pelaksanaannya, pekerjaan sebagai *sales* tidak terlepas dari berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah menemukan konsumen yang benar-benar memiliki minat dan kemampuan untuk membeli produk. Selain itu, persaingan dengan *dealer* lain juga menjadi faktor yang cukup signifikan.

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, *Bidang Customer Relationship Management*, pada Tanggal 10 juni 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

⁸¹ Hasil wawancara dengan Preti C Maherta, *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong, pada Tanggal 27 April 2026, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

Kondisi ekonomi masyarakat juga turut mempengaruhi daya beli konsumen. Selain itu, ketersediaan stok produk juga dapat menjadi kendala dalam proses penjualan.⁸²

Sistem pengupahan *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong menggunakan kombinasi antara gaji pokok, komisi dan insentif penjualan. Setiap *sales* memperoleh gaji pokok sebesar Rp500.000 sebagai pendapatan dasar, meskipun belum berhasil menjual unit kendaraan. Namun, apabila *sales* berhasil melakukan penjualan, maka pendapatan akan meningkat sesuai jumlah unit yang berhasil dijual. Sebagai contoh, jika berhasil menjual satu unit motor, maka total pendapatan dapat mencapai sekitar Rp800.000. Selanjutnya, apabila berhasil menjual dua unit, maka pendapatan meningkat menjadi sekitar Rp1.500.000. Besaran pendapatan akan terus bertambah apabila jumlah unit yang dijual semakin banyak serta apabila *sales* mampu mencapai atau melampaui target penjualan yang telah ditentukan perusahaan. Sistem ini menunjukkan bahwa penghasilan *sales* sangat bergantung pada performa kerja dan pencapaian target penjualan.⁸³

Tabel 3.1.
Pendapatan dan pencapaian target penjualan
***sales* PT Nusantara Sakti Lamnyong**

Jumlah Unit Terjual	Gaji Pokok	Tambahan Komisi	Perkiraan Pendapatan
Tidak ada penjualan	Rp500.000	-	± Rp500.000
1 Unit Terjual	Rp500.000	± R300.000	± Rp800.000
2 Unit Terjual	Rp500.000	± Rp600.000	± Rp1.100.000

⁸² Hasil wawancara dengan Ibnu Katsir, *sales* PT Nusantara Sakti, pada Tanggal 10 Juni 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

⁸³ Hasil wawancara dengan Preti C Maherta sebagai *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong, pada Tanggal 27 April 2026, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

3 Unit Terjual	Rp500.000	± Rp900.000	± Rp1.400.000
4 Unit atau lebih	Rp500.000	Semakin bertambah sesuai unit yang terjual	Pendapatan terus meningkat
Mencapai atau melebihi target	Rp500.000	Bonus tambahan dan insentif target	Pendapatan meningkat

Sumber: Hasil olahan data penelitian, 2026

Berdasarkan tabel di atas, sistem penghasilan *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong terdiri dari gaji pokok, komisi penjualan, dan insentif pencapaian target. Gaji pokok diberikan setiap bulan sebagai pendapatan dasar bagi *sales*, sedangkan komisi diberikan berdasarkan jumlah unit motor yang berhasil dijual, sehingga semakin banyak unit yang terjual maka semakin besar pula total komisi yang diterima. Selain komisi per unit, perusahaan juga memberikan insentif tambahan yang akan diberikan berdasarkan pencapaian atau bahkan melebihi target penjualan bulanan yang telah ditentukan oleh pihak perusahaan. Bentuk insentif tersebut tidak selalu berupa uang tunai, tetapi dapat berbeda-beda sesuai kebijakan perusahaan pada saat itu, seperti pemberian tiket perjalanan ke luar negeri, hadiah *smartphone*, peralatan elektronik lainnya, hingga perpanjangan kontrak kerja bagi *sales* yang memiliki performa baik.

B. Sistem Penetapan Target Penjualan Motor dan Jenis Kontrak Sales pada PT Nusantara Sakti Lamnyong

Sistem penetapan target penjualan motor pada PT Nusantara Sakti Lamnyong merupakan bagian penting dalam mekanisme operasional perusahaan yang berfungsi sebagai alat ukur kinerja tenaga *sales*. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, target penjualan di perusahaan ini ditentukan oleh pihak PT Nusantara Sakti Lamnyong dengan mempertimbangkan kondisi pasar, tingkat permintaan, serta masa kerja masing-masing tenaga *sales*. Dengan demikian,

target tidak hanya berfungsi sebagai tekanan kerja, tetapi juga sebagai alat motivasi untuk meningkatkan kinerja.⁸⁴

Dalam praktiknya, target penjualan yang diberikan kepada *sales* yang bertugas di *dealer* PT Nusantara Sakti Lamnyong berkisar hingga 8 unit motor per bulan pada masa kerja tiga bulan, kemudian target meningkat menjadi 12 unit perbulan pada masa kerja empat hingga enam bulan, dan 15 unit perbulan pada masa kerja 10 hingga dua belas bulan. Setelah melewati masa kerja 12 bulan minimal 20 unit tergantung pada kondisi pasar dan tingkat pengalaman tenaga *sales*. Sementara itu, untuk tenaga *sales* lapangan berkisar 2 hingga 3 unit motor perbulan pada masa kerja tiga bulan pertama, meningkat menjadi 4 unit pada bulan ke empat, 5 unit pada bulan ke lima, dan 6 unit per bulan untuk masa kerja lebih dari 6 bulan.

Tabel 3.2.
Sistem Penetapan Target Penjualan Berdasarkan
Masa Kerja Sales Dealer PT Nusantara Sakti Lamnyong

Masa Kerja Sales	Target Penjualan per Bulan	Apresiasi yang Diberikan	Keterangan
0-3 Bulan	8 Unit Motor	Bonus/komisi sesuai ketentuan perusahaan apabila target tercapai	Diberikan kepada <i>sales dealer</i> yang masih berada pada tahap adaptasi, pengenalan produk, dan pengembangan kemampuan pemasaran.
4-9 Bulan	12 Unit Motor	Bonus/komisi sesuai pencapaian target	Target meningkat seiring bertambahnya pengalaman, pemahami produk, dan kemampuan melayani konsumen di

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, *Bidang Customer Relationship Management*, pada Tanggal 10 Juni 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

			<i>dealer.</i>
10-12 Bulan	15 Unit Motor	Bonus/komisi lebih besar sesuai ketentuan perusahaan	Diberikan kepada <i>sales</i> yang memiliki pengalaman dan kemampuan pemasaran yang lebih baik dalam mencapai target penjualan.
>12 Bulan	Minimal 20 Unit Motor	Bonus/komisi berdasarkan pencapaian target yang ditetapkan	Diperuntukkan bagi <i>sales</i> yang sudah berpengalaman dengan target yang lebih tinggi sebagai bentuk peningkatan.

Sumber: Hasil olahan data penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 3.2, dapat diketahui bahwa PT Nusantara Sakti Lamnyong menerapkan sistem penetapan target penjualan bagi *sales dealer* berdasarkan masa kerja dan pengalaman yang dimiliki. Pada masa kerja 0–3 bulan, *sales dealer* diberikan target 8 unit motor per bulan sebagai tahap adaptasi dan pengenalan produk. Seiring bertambahnya masa kerja, target penjualan meningkat menjadi 12 unit pada masa kerja 4–9 bulan dan 15 unit pada masa kerja 10–12 bulan. Adapun *sales* yang telah bekerja lebih dari 12 bulan diberikan target minimal 20 unit motor per bulan. Peningkatan target tersebut menunjukkan bahwa perusahaan menyesuaikan beban kerja dengan tingkat pengalaman, kemampuan pemasaran, dan pemahaman produk yang dimiliki oleh tenaga *sales*. Selain itu, setiap pencapaian target juga diikuti dengan pemberian bonus atau komisi sebagai bentuk apresiasi atas kinerja yang telah dicapai.

Tabel 3.3.
Sistem Penetapan Target Penjualan Berdasarkan
Masa Kerja *Sales* Lapangan PT Nusantara Sakti Lamnyong

Masa Kerja <i>Sales</i>	Target Penjualan per Bulan	Apresiasi yang Diberikan	Keterangan
0-3 Bulan	2-3 Unit Motor	Bonus/komisi sesuai ketentuan perusahaan apabila target tercapai	Diberikan kepada <i>sales</i> yang masih berada pada tahap adaptasi, dan pengenalan wilayah pemasaran.
4 Bulan	4 Unit Motor	Bonus/komisi sesuai pencapaian target	Target meningkat seiring bertambahnya pengalaman dalam mencari dan membangun relasi dengan konsumen
5 Bulan	5 Unit Motor	Bonus/komisi lebih besar sesuai ketentuan perusahaan	Diberikan kepada <i>sales</i> yang mulai memahami strategi pemasaran lapangan dan menjangkau konsumen yang lebih luas.
> 6 Bulan	6 Unit Motor	Bonus/komisi berdasarkan pencapaian target yang ditetapkan	Diperuntukkan bagi <i>sales</i> yang sudah berpengalaman dan memiliki kemampuan pemasaran yang lebih baik.

Sumber: Hasil olahan data penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 3.3, target penjualan yang diberikan kepada *sales* lapangan ditetapkan secara bertahap sesuai dengan masa kerja dan perkembangan kemampuan pemasaran yang dimiliki. Pada masa kerja 0–3 bulan, *sales* lapangan diberikan target 2–3 unit motor per bulan sebagai tahap adaptasi dan pengenalan wilayah pemasaran. Selanjutnya, target meningkat menjadi 4 unit pada bulan ke-4, 5 unit pada bulan ke-5, dan 6 unit motor per bulan bagi *sales* yang telah memiliki masa kerja lebih dari 6 bulan. Meskipun target yang diberikan lebih

rendah dibandingkan *sales dealer*, hal tersebut disesuaikan dengan karakteristik pekerjaan *sales lapangan* yang harus mencari dan mendatangi calon konsumen secara langsung. Oleh karena itu, perusahaan menetapkan target secara bertahap serta memberikan bonus atau komisi sebagai bentuk penghargaan atas pencapaian target yang berhasil diraih oleh tenaga *sales*.

Tenaga *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong terbagi menjadi *sales di dealer* dan *sales di pos*, perbedaan tersebut hanya terletak pada lokasi dan metode pemasaran yang dilakukan. *Sales showroom* bertugas melayani konsumen yang datang langsung ke *dealer*, sedangkan *sales* yang bertugas *pos* lebih aktif melakukan pemasaran secara langsung di wilayah penempatannya masing-masing. Penetapan target penjualan dilakukan berdasarkan masa kerja, pengalaman, dan kemampuan masing-masing *sales*, bukan berdasarkan lokasi penempatan kerja. Perbedaan target antara tabel 3.2 dan tabel 3.3 tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mempertimbangkan karakteristik pekerjaan dan peluang penjualan yang dimiliki oleh masing-masing jenis *sales*. *Sales dealer* yang bertugas di *showroom* memiliki kesempatan lebih besar untuk berinteraksi langsung dengan konsumen yang datang ke *dealer* sehingga target yang diberikan relatif lebih tinggi. Sebaliknya, *sales lapangan* harus mencari dan mendatangi calon konsumen secara langsung di wilayah pemasaran yang telah ditentukan, sehingga target yang diberikan lebih rendah dibandingkan *sales dealer*.

Sales yang baru bergabung biasanya diberikan target yang lebih rendah dibandingkan dengan *sales* yang sudah berpengalaman. Dengan adanya perbedaan target ini, perusahaan berusaha menciptakan sistem yang lebih adil dan proporsional.⁸⁵ Pihak *sales* juga mengkonfirmasi jumlah targetnya dan dalam kondisi tertentu target yang diberikan terkadang dirasakan cukup berat oleh *sales*, terutama ketika kondisi pasar sedang lesu. Target tersebut terkadang dirasakan cukup berat, terutama bagi tenaga *sales* yang telah melewati masa kerja tiga bulan

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, *Bidang Customer Relationship Management*, pada Tanggal 10 Juni 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

dan dibebankan target penjualan antara 5 hingga 10 unit motor per bulan.⁸⁶ Hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti kondisi ekonomi sangat mempengaruhi tingkat pencapaian target. Oleh karena itu, keberhasilan dalam mencapai target tidak hanya ditentukan oleh kemampuan *sales*, tetapi juga oleh situasi pasar yang berkembang.⁸⁷

Penetapan target penjualan juga memiliki implikasi langsung terhadap evaluasi kinerja tenaga *sales*. Dalam sistem yang diterapkan, pencapaian target menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan kerja seorang *sales*. Jika target tercapai 80% hingga 100% atau bahkan terlampaui, maka *sales* akan mendapatkan penilaian kinerja yang baik serta berpeluang memperoleh komisi atau insentif tambahan. Sebaliknya, jika target tidak tercapai, maka akan dilakukan evaluasi oleh atasan melalui laporan kerja untuk mengetahui penyebabnya. Dengan adanya evaluasi, perusahaan dapat mengidentifikasi kendala yang dihadapi oleh *sales* dan memberikan solusi yang tepat.⁸⁸

Jika dilihat dari hubungan kerja, sistem target penjualan ini berkaitan erat dengan jenis kontrak yang digunakan oleh tenaga *sales*. Berdasarkan hasil penelitian, jenis kontrak kerja yang diterapkan di PT Nusantara Sakti Lamnyong kepada *sales* adalah Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT). Artinya, untuk posisi *sales* biasanya akan melewati masa kontrak jangka pendek sekitar 1-3 bulan pertama. Jika kinerja memenuhi target, kontrak dapat diperpanjang menjadi PKWTT (Perjanjian Kerja Waktu Tidak Tertentu) dengan durasi lebih lama, hingga menjadi karyawan tetap (PKWTT). Sistem ini mendorong tenaga *sales* untuk bekerja lebih giat karena terdapat hubungan langsung antara usaha dan *benefit* yang diterima. Di sisi lain, sistem ini juga memberikan risiko bagi *sales*

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Prety C Maherta sebagai *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong, pada Tanggal 27 April 2026, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Amran Ibrahim, *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong, pada Tanggal 27 April 2026, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, *Bidang Customer Relationship Management*, pada Tanggal 10 Juni 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

apabila tidak mampu mencapai target. Dengan demikian, sistem kontrak yang digunakan bersifat produktif sekaligus kompetitif.

Berdasarkan hasil wawancara, jenis kontrak kerja yang diterapkan kepada tenaga *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong pada awal masa kerja umumnya menggunakan Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT). Sistem ini diterapkan sebagai masa penilaian terhadap kemampuan tenaga *sales* dalam mencapai target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan. Selama masa kontrak berlangsung, perusahaan melakukan evaluasi terhadap kinerja, kedisiplinan, dan kemampuan tenaga *sales* dalam menjalankan tugasnya. Apabila hasil evaluasi menunjukkan kinerja yang baik dan target penjualan dapat dicapai secara konsisten, maka perusahaan dapat memperpanjang hubungan kerja atau mengangkat tenaga *sales* menjadi karyawan tetap melalui Perjanjian Kerja Waktu Tidak Tertentu (PKWTT).⁸⁹

Dalam kontrak kerja yang diberikan kepada tenaga *sales*, umumnya telah dijelaskan mengenai sistem target dan mekanisme bonus, gaji pokok dan komisi. Dengan adanya kejelasan tersebut, *sales* dapat memahami hak dan kewajiban mereka sejak awal. Namun demikian, dalam praktiknya kesempatan untuk melakukan negosiasi terhadap target yang diberikan relatif terbatas. Hal ini karena target umumnya telah ditentukan oleh pihak perusahaan berdasarkan kebijakan perusahaan.⁹⁰

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa PT Nusantara Sakti Lamnyong menerapkan sistem penetapan target penjualan yang disesuaikan dengan masa kerja, pengalaman, dan jenis penempatan tenaga *sales*. Target penjualan tersebut berfungsi sebagai indikator utama dalam menilai kinerja *sales* sekaligus menjadi dasar pemberian bonus dan komisi serta keberlanjutan hubungan kerja melalui sistem kontrak yang diterapkan perusahaan.

⁸⁹ *Ibid.*

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Amran Ibrahim, *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong, pada Tanggal 27 April 2026, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

C. Relasi Antara Target Penjualan dan Bonus yang Diterima *Sales* pada PT Nusantara Sakti Lamnyong

Hubungan antara target penjualan dan bonus yang diterima oleh *sales* pada PT Nusantara Sakti Lamnyong menunjukkan adanya keterkaitan yang sangat erat dalam sistem kerja perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, sistem kompensasi yang diterapkan tidak hanya terdiri atas satu bentuk pendapatan melainkan beberapa jenis komponen pendapat, yaitu gaji pokok yang diberikan secara bulanan sebagai pendapatan dasar tenaga *sales*, komisi yang diberikan berdasarkan jumlah unit kendaraan yang berhasil dijual, dan insentif yang diberikan berdasarkan hasil pencapaian target penjualan selama satu bulan. Insentif tersebut tidak selalu berbentuk uang tunai, tetapi dapat berupa hadiah tertentu sesuai kebijakan perusahaan. Sistem ini pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan semangat kerja *sales* agar mampu mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan. Semakin tinggi pencapaian penjualan yang diperoleh, maka semakin besar pula imbalan yang akan diterima. Dengan demikian, target penjualan dan sistem bonus menjadi dua unsur yang saling berkaitan dalam menentukan penghasilan tenaga *sales*.⁹¹

Berdasarkan hasil wawancara *sales internal show room* bahwa target yang diberikan terkadang masih dianggap cukup berat terutama ketika kondisi pasar sedang menurun. Faktor ekonomi masyarakat, persaingan dengan *dealer* lain, serta perubahan minat konsumen menjadi beberapa kendala utama yang dihadapi di lapangan. Dalam kondisi seperti ini, meskipun *sales* telah bekerja secara maksimal, hasil yang diperoleh tidak selalu sesuai dengan usaha yang telah dilakukan.⁹² Situasi tersebut menunjukkan bahwa pencapaian target menjadi faktor yang menentukan dalam pemberian hak finansial kepada *sales* hanya karena kekurangan satu atau dua unit penjualan. Sebagai contoh, seorang *sales*

⁹¹ Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, *Bidang Customer Relationship Management*, pada Tanggal 10 juni 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

⁹² Hasil wawancara dengan Amran Ibrahim, *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong, pada Tanggal 27 April 2026, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

yang telah mencapai tiga unit dari target lima unit sebenarnya telah menunjukkan usaha yang cukup besar, tetapi karena target belum terpenuhi secara penuh, maka hak tertentu tidak diberikan. Hal ini berpotensi menimbulkan persepsi bahwa sistem yang diterapkan terlalu berorientasi pada hasil akhir tanpa mempertimbangkan proses kerja yang telah dilakukan. Akibatnya, motivasi kerja dapat menurun apabila kondisi tersebut terjadi secara terus-menerus.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya persoalan yang perlu diperhatikan, khususnya terkait pencairan gaji pokok dan komisi apabila target tidak tercapai secara penuh. Kondisi tersebut dapat menimbulkan pertanyaan mengenai keseimbangan antara usaha yang telah dilakukan dengan hak yang diterima oleh tenaga kerja. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mempertimbangkan penerapan sistem yang lebih fleksibel sehingga tenaga *sales* yang telah menunjukkan kinerja baik meskipun belum mencapai target secara penuh tetap memperoleh penghargaan tertentu. Hal ini penting agar sistem yang diterapkan tidak hanya berorientasi pada kepentingan perusahaan, tetapi juga memperhatikan aspek kesejahteraan tenaga kerja secara lebih proporsional. Sistem penetapan target tersebut perlu disesuaikan kembali agar tenaga *sales* yang hampir mencapai target tetap mendapatkan penghargaan tertentu atas usaha yang telah dilakukan. Dengan demikian, hubungan kerja antara perusahaan dan *sales* dapat berlangsung secara lebih adil dan saling menguntungkan.

Di sisi lain, perusahaan memiliki alasan tertentu dalam menerapkan sistem tersebut karena target berfungsi sebagai alat untuk mengukur produktivitas tenaga kerja. Dalam perspektif manajemen sumber daya manusia, target digunakan untuk memastikan bahwa setiap tenaga kerja memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Sistem target juga menjadi sarana evaluasi terhadap kinerja tenaga *sales* dalam suatu periode tertentu. Apabila target tidak tercapai, perusahaan dapat melakukan evaluasi mengenai strategi pemasaran,

pendekatan terhadap konsumen, atau kemampuan tenaga penjual dalam melakukan komunikasi pemasaran.⁹³

Penerapan target perlu mempertimbangkan kondisi objektif di lapangan agar tidak menimbulkan ketidakseimbangan antara beban kerja dan imbalan yang diterima. Dengan demikian, perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara kepentingan perusahaan dan kesejahteraan tenaga *sales*. Sistem yang diterapkan menurut sudut pandang perusahaan mampu meningkatkan semangat kerja tenaga *sales* melalui pemberian komisi dan insentif tambahan, Namun menurut beberapa *sales* target yang diterapkan terkadang membuat motivasi kerjanya menurun.⁹⁴

Dapat dipahami bahwa relasi antara target penjualan dan bonus di PT Nusantara Sakti Lamnyong tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga memiliki pengaruh langsung terhadap kondisi ekonomi dan motivasi tenaga *sales*. Bonus bukan hanya dipandang sebagai tambahan penghasilan, melainkan sebagai bentuk penghargaan atas kerja keras yang telah dilakukan. Oleh karena itu, keterlambatan pemberian bonus atau ketidakjelasan sistem perhitungan bonus dapat menimbulkan persepsi negatif di kalangan tenaga *sales*.

D. Analisis Konsep *Samsarah* terhadap Praktik Kerja, Target, dan Bonus di PT Nusantara Sakti Lamnyong

Praktik kerja *sales* pada PT Nusantara Sakti Lamnyong pada dasarnya dapat dianalisis menggunakan konsep *samsarah* dalam fikih muamalah, yaitu akad perantara yang dilakukan oleh seseorang untuk mempertemukan penjual dan pembeli dengan imbalan tertentu atas jasa yang diberikan. Dalam konteks ini, *sales* berperan sebagai *simsār* yang menjadi penghubung antara perusahaan sebagai pemilik barang dengan konsumen sebagai pihak pembeli. Peran ini sangat jelas terlihat dari aktivitas sehari-hari *sales* yang mencari calon konsumen, menawarkan produk, menjelaskan spesifikasi, hingga melakukan *follow up*

⁹³ Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, *Bidang Customer Relationship Management*, pada Tanggal 10 juni 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Preti C Maherta, *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong, pada Tanggal 27 April 2026, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

sampai transaksi berhasil dilakukan. Dengan demikian, hubungan antara *sales* dan perusahaan bukan hanya sekadar hubungan kerja biasa, tetapi juga memiliki karakteristik sebagai hubungan perantara dalam transaksi jual beli. Hal ini sejalan dengan pendapat ulama yang menyatakan bahwa *samsarah* merupakan aktivitas memperantarai transaksi dengan tujuan memperoleh keuntungan atau upah dari jasa tersebut.⁹⁵ Oleh karena itu, analisis terhadap sistem kerja *sales* di perusahaan ini dapat dipahami sebagai implementasi modern dari akad *samsarah* dalam dunia bisnis kontemporer. Keberadaan sistem target dan bonus semakin memperjelas posisi *sales* sebagai pihak yang memperoleh imbalan berdasarkan keberhasilan transaksi. Dengan kata lain, semakin banyak transaksi yang berhasil difasilitasi, maka semakin besar pula imbalan yang diterima oleh *simsār*.

Dari sisi struktur akad, praktik yang terjadi menunjukkan adanya tiga unsur utama dalam *samsarah*, yaitu pihak pemberi kuasa (perusahaan), pihak perantara (*sales*), dan hasil yang diharapkan (terjadinya penjualan unit motor). Ketiga unsur ini dalam fikih dikenal sebagai *mustafid*, *simsār*, dan *natijah*. Dalam praktik di lapangan, perusahaan memberikan kewenangan kepada *sales* untuk menawarkan produk dengan batasan tertentu, seperti harga yang telah ditetapkan dan aturan penjualan yang harus dipatuhi. Hal ini menunjukkan bahwa *sales* tidak memiliki kebebasan penuh dalam menentukan harga, sehingga tetap berada dalam kendali perusahaan sebagai pemilik barang. Dalam perspektif hukum Islam, kondisi ini sesuai dengan akad *samsarah* yang menempatkan perantara sebagai pihak yang bekerja atas dasar izin atau kuasa dari pemilik barang. Selain itu, adanya target penjualan menunjukkan bahwa hasil (*natijah*) menjadi fokus utama dalam akad tersebut.

Berdasarkan konsep fiqh muamalah, praktik kerja *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong juga telah memenuhi beberapa rukun dan syarat akad *samsarah*. Dalam fiqh, akad *samsarah* memiliki unsur pokok berupa pihak yang berakad (*al-*

⁹⁵ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Jilid 3 (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006), hlm. 220.

'*aqidān*), objek pekerjaan (*ma'qud 'alaih*), serta *sighat* atau bentuk kesepakatan (*ijab dan qabul*). Dalam praktik yang terjadi di PT Nusantara Sakti Lamnyong, pihak perusahaan bertindak sebagai pemberi kuasa atau pemilik barang, sedangkan *sales* berperan sebagai *simsār* yang menjalankan fungsi perantara dalam proses pemasaran produk. Objek pekerjaan dalam akad ini adalah jasa yang dilakukan oleh *sales* dalam mempertemukan perusahaan dengan calon konsumen sampai terjadinya transaksi penjualan. Adapun bentuk kesepakatan terlihat melalui kontrak kerja yang memuat ketentuan mengenai target, sistem komisi, aturan penjualan, dan hak serta kewajiban masing-masing pihak. Walaupun kesepakatan tersebut tidak dinyatakan dengan *lafaz* akad sebagaimana praktik muamalah klasik, namun substansi akad telah terpenuhi melalui kesepakatan tertulis yang mengikat kedua belah pihak. Dalam hukum Islam, bentuk akad tidak harus dilakukan secara lisan, tetapi dapat pula dilakukan melalui tulisan selama menunjukkan kerelaan dari para pihak yang berakad. Dengan demikian, dari aspek rukun dan syarat akad, praktik yang diterapkan oleh PT Nusantara Sakti Lamnyong secara umum dapat dikatakan telah memenuhi unsur dasar akad *samsarah*.

Selain terpenuhinya rukun dan syarat akad, konsep *samsarah* juga mengatur mengenai hak dan kewajiban para pihak yang terlibat dalam akad. Dalam praktik *samsarah*, pemilik barang memiliki kewajiban untuk menjelaskan objek transaksi secara jelas serta memberikan imbalan kepada *simsār* sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Di sisi lain, *simsār* memiliki kewajiban untuk menjalankan tugas perantara secara baik, jujur, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pemilik barang. Dalam praktik di PT Nusantara Sakti Lamnyong, perusahaan memberikan kewenangan kepada *sales* untuk menawarkan produk kepada konsumen dengan batasan tertentu, seperti harga yang telah ditentukan perusahaan dan aturan penjualan yang wajib dipatuhi. Sementara itu, *sales* memiliki tanggung jawab untuk mencari calon konsumen, melakukan promosi, menjelaskan spesifikasi kendaraan, hingga melakukan

tindak lanjut terhadap calon pembeli sampai terjadinya transaksi. Hubungan kerja seperti ini menunjukkan adanya pembagian hak dan kewajiban yang saling berkaitan antara perusahaan dan *sales*. Dalam perspektif fiqh muamalah, keseimbangan hak dan kewajiban menjadi prinsip penting agar tidak terjadi kerugian terhadap salah satu pihak yang berakad. Dengan demikian, pelaksanaan tugas dan pemberian hak dalam praktik tersebut harus berjalan secara proporsional agar sesuai dengan prinsip keadilan dalam akad *samsarah*.

Selanjutnya, jika dilihat dari sistem penetapan target, terdapat kesesuaian dengan profesional dalam *samsarah*, di mana perantara dituntut untuk bekerja secara optimal agar tujuan transaksi dapat tercapai. Target yang ditentukan berdasarkan pengalaman dan kemampuan *sales* menunjukkan adanya pertimbangan profesional dari pihak perusahaan. Namun demikian, target yang terlalu tinggi dapat berpotensi menimbulkan tekanan kerja yang berlebihan, yang pada akhirnya bisa memengaruhi kualitas transaksi. Dalam beberapa kasus, tekanan target dapat mendorong praktik yang kurang etis, seperti memberikan informasi yang tidak lengkap kepada konsumen. Oleh karena itu, dalam perspektif *samsarah*, penetapan target harus tetap mempertimbangkan prinsip keadilan dan kemaslahatan. Artinya, target harus realistis dan tidak menyebabkan kerugian bagi pihak perantara. Dengan demikian, keseimbangan antara kepentingan perusahaan dan kemampuan *sales* menjadi faktor penting dalam menjaga kesesuaian praktik ini dengan prinsip syariah.

Dari aspek imbalan atau bonus, sistem yang diterapkan di PT Nusantara Sakti Lamnyong menunjukkan karakteristik yang sangat dekat dengan konsep *ujrah* (upah) dalam *samsarah*. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan adanya persoalan yang cukup penting berkaitan dengan sistem pengupahan yang diterapkan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan, *sales* memperoleh tiga bentuk penghasilan, yaitu gaji pokok bulanan, komisi yang diberikan berdasarkan jumlah unit yang berhasil dijual, serta insentif yang diberikan berdasarkan pencapaian target penjualan bulanan. Akan tetapi,

berdasarkan hasil wawancara dengan pihak *sales* ditemukan fakta bahwa gaji pokok tidak diberikan apabila target yang diberikan tidak tercapai. Perbedaan tersebut menjadi persoalan yang penting dalam perspektif hukum Islam karena berkaitan dengan hak pekerja atas imbalan yang telah diusahakannya. Jadi, penting untuk memastikan bahwa tidak ada penundaan pembayaran yang merugikan pihak *sales*. Hal ini karena dalam Islam dianjurkan untuk menyegerakan pembayaran upah setelah pekerjaan selesai.

Dalam perspektif *samsarah*, upah atau bonus merupakan hak perantara yang muncul setelah jasa yang diperjanjikan berhasil dilaksanakan. Apabila seorang *simsār* telah melakukan tugasnya sesuai kesepakatan, maka ia berhak memperoleh imbalan yang telah disepakati sebelumnya. Dalam kasus PT Nusantara Sakti Lamnyong, *sales* tetap menjalankan tugas dan aktivitas pemasaran seperti mencari konsumen, melakukan *canvassing*, mempromosikan produk, serta melakukan *follow up* terhadap calon pembeli meskipun target belum tercapai secara penuh. Artinya, usaha dan jasa telah dilakukan oleh *sales* walaupun hasil akhir belum mencapai jumlah target perusahaan. Jika kemudian seluruh hak berupa gaji pokok dan komisi tidak diberikan hanya karena tidak tercapainya target, maka kondisi tersebut berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan antara usaha yang telah dikeluarkan dengan imbalan yang diterima. Dalam Islam, upah pada dasarnya diberikan berdasarkan manfaat atau jasa yang telah dilakukan seseorang. Oleh sebab itu, penghapusan hak secara keseluruhan akibat kekurangan target dapat menimbulkan unsur ketidakadilan. Jika dilihat lebih mendalam, sistem tersebut juga berpotensi mengandung unsur *gharar* atau ketidakjelasan. Selain itu, sistem tersebut juga perlu ditinjau dari aspek keadilan (*al-'adalah*) dalam Islam. Karena, hal seperti ini dapat mendekati unsur *zulm* atau ketidakadilan terhadap salah satu pihak. Islam sangat menekankan agar hak seseorang diberikan secara proporsional sesuai dengan pekerjaan yang telah dilakukan. Oleh karena itu, sistem pemberian imbalan seharusnya tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga mempertimbangkan

proses dan usaha yang telah dilakukan oleh pekerja. Dengan demikian, sistem tersebut perlu dievaluasi agar tetap sesuai dengan prinsip keadilan dalam muamalah.

Berdasarkan keseluruhan analisis tersebut, praktik kerja *sales* pada PT Nusantara Sakti Lamnyong secara umum memiliki kesesuaian dengan konsep *samsarah*, terutama pada aspek peran *sales* sebagai perantara dan pemberian imbalan berdasarkan hasil penjualan. Akan tetapi, terdapat persoalan yang perlu mendapat perhatian khusus. Selain itu terdapat beberapa tantangan, seperti tekanan target dan potensi ketidakjelasan bonus, secara umum sistem yang diterapkan sudah mendekati prinsip-prinsip syariah. Hal ini terlihat dari adanya kejelasan tugas, sistem imbalan berbasis hasil, serta aturan yang mengikat kedua belah pihak. Namun, untuk mencapai kesesuaian yang lebih sempurna dengan konsep *samsarah*, diperlukan peningkatan dalam aspek transparansi, keadilan, dan perlindungan terhadap hak *sales*. Dengan demikian, praktik yang ada tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pada akhirnya, penerapan prinsip *samsarah* dalam dunia bisnis modern menunjukkan bahwa konsep fiqh muamalah tetap relevan dan dapat diadaptasi dalam berbagai konteks. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk terus mengembangkan sistem yang tidak hanya efektif, tetapi juga sesuai dengan prinsip muamalah.

BAB EMPAT PENUTUP

Bab terakhir ini merupakan konklusi dari pembahasan bab-bab sebelumnya yang memuat tentang Kesimpulan dan saran yang didasarkan dari rumusan masalah penelitian. Adapun Kesimpulan dan saran dari kajian ini akan di paparkan dalam sub-sub di bawah ini:

A. Kesimpulan

1. Sistem penetapan target penjualan motor pada PT Nusantara Sakti Lamnyong ditetapkan oleh perusahaan dengan mempertimbangkan kondisi pasar, tingkat permintaan, masa kerja, pengalaman, dan jenis penempatan tenaga *sales*. Target yang diberikan berbeda sesuai tingkat pengalaman *sales* dan digunakan sebagai alat ukur kinerja, dasar evaluasi kerja, serta sarana untuk meningkatkan motivasi dan produktivitas *salesnya*. Namun, dalam praktiknya pencapaian target tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan *sales*, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi pasar dan daya beli masyarakat.
2. Hubungan target penjualan dengan pemberian bonus kepada tenaga *sales* di PT Nusantara Sakti Lamnyong ditunjukkan melalui tingkat pendapatan perusahaan, karena pencapaian target menjadi dasar penilaian terhadap kemampuan perusahaan untuk memberikan komisi dan insentif. Semakin tinggi target yang dicapai, semakin besar bonus yang diterima. Namun dalam dinamikanya, penetapan target oleh perusahaan tidak mudah untuk direalisasikan oleh *sales* terutama ketika kondisi ekonomi masyarakat yang sedang mengalami penurunan sehingga lebih memprioritaskan kebutuhan pokok.
3. Praktik kerja *sales* pada PT Nusantara Sakti Lamnyong dalam perspektif akad *samsarah* secara umum telah sesuai karena sales berperan sebagai *simsār* yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen untuk memperoleh imbalan atas jasa yang dilakukan. Hal ini terlihat dari adanya

unsur-unsur akad *samsarah*, yaitu perusahaan sebagai pemberi kuasa, *sales* sebagai perantara, serta adanya objek pekerjaan berupa jasa pemasaran dan penjualan kendaraan. Akan tetapi, terdapat persoalan dalam penerapannya, yaitu ketika gaji pokok dan komisi tidak diberikan apabila target penjualan tidak tercapai secara penuh.

B. Saran

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

1. Bagi PT Nusantara Sakti Lamnyong, diharapkan dapat melakukan evaluasi terhadap sistem penetapan target dan pemberian bonus yang diterapkan kepada tenaga *sales*, terutama berkaitan dengan pencairan gaji pokok dan komisi apabila target tidak tercapai secara penuh. Perusahaan perlu mempertimbangkan sistem yang lebih proporsional agar usaha dan kinerja yang telah dilakukan tenaga *sales* tetap mendapatkan penghargaan yang layak sehingga tercipta hubungan kerja yang lebih adil dan seimbang.
2. Bagi tenaga *sales* PT Nusantara Sakti Lamnyong, diharapkan agar terus meningkatkan kemampuan komunikasi, strategi pemasaran, serta profesionalitas agar dapat mencapai target yang ditetapkan perusahaan secara optimal dalam menjalankan tugas sebagai perantara antara perusahaan dan konsumen. Selain itu, tenaga *sales* juga perlu memahami secara lebih mendalam hak dan kewajiban yang terdapat dalam kontrak kerja sehingga dapat meminimalkan terjadinya kesalahpahaman terkait sistem target, komisi, maupun bonus yang diberikan perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk mengembangkan penelitian yang lebih luas mengenai praktik akad *samsarah* dalam dunia bisnis modern, khususnya terkait sistem kerja tenaga *sales*, pemberian bonus, serta hubungan kerja antara perusahaan dan karyawan dalam perspektif hukum Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Kitab

- Abidin S, Zainal dan Ibnu Mas'ud. *Fiqh Madzhab Syafi'i*. Edisi 2. Bandung: Pustaka Setia, 2000.
- Ahmad Hamdi, dkk, "Makelar dalam Transaksi Ekonomi (Analisis Fatwa DSN MUI No. 151/DSN-MUI/VI/2022 tentang Akad *Samsarah*)," *ILTIZAM: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* Vol. 1, no. 2, Januari 2024.
- Al-Bukhari. *Sahih al-Bukhari*. Beirut: Dar al-Fikr, 1419 H/2005 M.
- Al-Qaradawi, Yusuf. *Fiqh al-Mu'amalat al-Maliyah al-Mu'ashirah*. Kairo: Dar al-Syuruq, 2001.
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Halal dan Haram dalam Islam*. Terj. Mu'ammal Hamidy. Surabaya: PT Bina Ilmu, 1998.
- An-Nabhani, Taqiyuddin. *Sistem Ekonomi Islam*. Terj. Hafidz Abdurrahman dan Tim HTI Press. Jakarta: Hizbut Tahrir Indonesia Press, 2010.
- Bambang, R. Joni. *Hukum Ketenagakerjaan*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Budianto, Eka Wahyu Hestya. *Akad Samsarah dalam Fikih Muamalah: Kajian Turats dan Kontemporer*. Malang: PT Afanin Media Utama, 2025.
- Darwis Harahap, dkk. *Fiqh Muamalah II*. Medan: Merdeka Kreasi, 2022.
- Ghazaly, Abdul Rahman, dkk. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, "Metodologi Penelitian Sosial", Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Iza Hanifuddin, *Fiqh Samsarah dan Praktik Pemakelaran*, Batusangkar: STAIN Batusangkar Press, 2014.
- Kartasaputra, G. *Hukum Perburuhan di Indonesia Berlandaskan Pancasila*. Jakarta: Sinar Grafika, 1994.
- Mardani. *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Press, 2014.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Masadi, Ghufuran A. *Fiqh Muamalah Kontekstual*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Muhammad Teguh, "Metode Penelitian Ekonomi", Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- QS. An-Nisa' [4]: 29.

QS. Al-Maidah [5]: 1.

S. Nasution, “Metode *Reaserch* (penelitian Ilmiah)”, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.

Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah*. Jilid 12. Bandung: PT Al-Ma’arif, 1996.

Sahroni, Oni. *Fikih Muamalah Kontemporer*. Jakarta: Republika Penerbit, 2019.

Sembiring, Sentosa. *Hukum Dagang*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2004.

Sisca Septiani, dkk, “Manajemen Kompensasi”, Banten: PT Sada Kurnia Pustaka, 2024.

Syarifuddin, Amir. *Garis-Garis Besar Fiqh*. Jakarta: Kencana, 2003.

Syarqawie, Fithriana. *Fikih Muamalah*. Banjarmasin: IAIN Antasari Press, 2014.

Tuti Anggraini, “Buku Ajar Desain Akad Perbankan Syari’ah”, Medan: CV. Merdeka Kreasi Group Penerbit Nasional, 2021.

Wibowo, Benoe Satriyo. *Himpunan Peraturan Perundangan Ketenagakerjaan*. Edisi II. Yogyakarta: Andi Offset, 2003.

Yusuf as-Sabatin. *Bisnis Islami dan Kritik atas Praktik Bisnis ala Kapitalis*. Bogor: Al-Azhar Press, 2014.

Zuhdi, Masjfuk. *Masail Fiqhiyah*. Jakarta: CV Haji Masagung, 1993.

Jurnal, Skripsi, KBBI dan Situs Online lainnya

Ari Hidayat, “Penetapan Denda pada Wanprestasi Pelaksanaan Kontrak Titip Jual Online Menurut Konsep *Ta’widh* pada Akad *Samsarah*”, *Skripsi*, Banda Aceh: Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Ar-raniry, 2023.

Ayrin Sazwa Fildzia, “Sistem Kerja dan Pencapaian Target *Sales* Pada Penjualan Produk Honda Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong Menurut Konsep *Ijārah ‘Alā Al-‘Amāl*”, *skripsi*, Banda Aceh: Fakultas Syari’ah Dan Hukum UIN Ar-raniry, 2026.

Azman, M. N, “Analisis FEE pada Transaksi Titip Jual Barang Elektronik Online Shop dalam Perspektif Akad *Samsarah*”, *Skripsi*, Banda Aceh: Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Ar-raniry, 2023.

Cinta Abdilawati Hutapea, “Kajian Kinerja *Sales* dan Relasinya dengan Performa Perusahaan Menurut Akad *Ijārah ‘Ala Al- ‘Amāl* (Studi pada PT Masmedia Buana Pustaka Cabang Aceh)”, *Skripsi*, Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2025.

Ficha Melina dan Hendra Eka Saputra, “Tinjauan Fiqh Muamalah Kontemporer tentang Badan Perantara (*Samsarah*) dan Jual Beli Lelang (*Bay Al-*

- Muzayaddah*),” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syari’ah* 5, No. 1, Juni 2022.
- Hamdi, Ahmad, Abd. Rahman, dan Nahei. “Makelar dalam Transaksi Ekonomi (Analisis Fatwa DSN-MUI No.151/DSN-MUI/VI/2022 tentang Akad Samsarah).” *ILTIZAM: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* Vol. 1, No. 2 (2024).
- Iqbal, Muhammad dan Aulia Ulfah. “Analisis Sistem Pembagian Keuntungan Pada PT Halal Network Internasional Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HNI-HPAI) Dalam Perspektif Akad Samsarah.” *Jurnal Al-Mudharabah*, Vol. 1, No. 1 (2020).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses melalui <https://kbbi.web.id/tetap> pada tanggal 25 Mei 2025.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses melalui <https://kbbi.web.id/target> pada tanggal 25 Mei 2025.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses melalui situs <https://kbbi.web.id/bonus> pada tanggal 25 Mei 2025.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses melalui situs <https://kbbi.web.id/sistem> pada tanggal 25 Mei 2025.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses melalui <https://kbbi.web.id/makelar> pada Tanggal 19 Januari 2026.
- Mirza Alfajri, “Sistem Komisi dan Provisi Kinerja Agen dalam Pemasaran Rumah *Real Estate* Menurut Akad *Samsarah* (Analisis Perjanjian Kompensasi Kinerja Agen di Kec. Syiah Kuala)”, *skripsi*, Banda Aceh: Fakultas Syari’ah Dan Hukum UIN Ar-raniry, 2022.
- Muhammad Ramadhan, dkk, “Analisis Praktik Jual Beli *Case Handphone* secara *Online* dengan Metode *Dropship* Menurut Perspektif Akad *Samsarah*”, *Jurnal Islamic Circle*, Vol. 5, No. 1, 2024.
- Nur Asri, “Akuntansi Syari’ah”, *Jurnal Khatulistiwa: Jurnal of Islamic Studies*, Vol. 2, No. 1, 2014.
- PT Nusantara Sakti Group. “Profil Perusahaan”, Diakses melalui situs <https://www.nusantara-sakti.com/> pada Tanggal 3 Mei 2026.
- Putri, Dea Silfani Robi. “Analisis *Shirkah Inan* dan *Samsarah* pada *Homestay* Syariah dengan *Online Travel Agent* (OTA) di Sidoarjo.” *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No. 1. Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2021.
- Sikki, dkk, “Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop.” *1st E-Proceeding SENRIABDI 2021: Seminar Nasional*

Hasil Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sahid Surakarta, Vol. 1, No. 1, Desember 2021.

Yeni Erwinda, “Analisis Tingkat Pendapatan *Sales* Tetap dan *Sales* Kontrak Pada Dealer Honda dalam Perspektif Akad *Samsarah*”, *Skripsi* Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2022.

Yuhasnibar. “Jual Beli Tanah Melalui Perantara (*Samsarah*): Analisis terhadap Penerapan Akad Wakalah, Ju‘alah dan Ijarah.” *Jurnal Al-Mudharabah*, Vol. 3, No. 1 (2021).

Undang-Undang dan DSN MUI

DSN-MUI, “Fatwa DSN-MUI No.93/DSN-MUI/IV/2014 tentang Keperantaraan (*Wasathah*) dalam Bisnis Properti”

DSN-MUI, “Fatwa DSN-MUI No.151/DSN-MUI/VI/2022 tentang Akad *Samsarah*”

Hasil wawancara

Hasil wawancara dengan Amran Ibrahim, *Sales* PT Nusantara Sakti Lamnyong, tanggal 27 April 2026, di Lamnyong, Kecamatan Syiah Kuala, Banda Aceh.

Hasil wawancara dengan Fitriady Avid, Bidang *Customer Relationship Management*, pada Tanggal 10 Juni 2025, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.

Hasil wawancara dengan Ibnu Katsir, *Sales* PT Nusantara Sakti Lamnyong, tanggal 10 Juni 2025, di Lamnyong, Kecamatan Syiah Kuala, Banda Aceh.

Hasil wawancara dengan Prety C. Maherta, *Sales* PT Nusantara Sakti Lamnyong, tanggal 27 April 2026, di Lamnyong, Kecamatan Syiah Kuala, Banda Aceh.

Lampiran 1 SK Penetapan Pembimbing Skripsi



**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: 4526/Un.08/FSH/PP.00 9/09/2025**

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR MAHASISWA

- Menimbang :**
- Bahwa untuk kelancaran bimbingan KGU Skripsi pada Fakultas Syariah dan Hukum, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing KGU Tugas Akhir tersebut;
 - Bahwa yang namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing KGU Tugas Akhir.
 - 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 :**
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
 - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 04 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 - Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri IAIN Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri;
 - Keputusan Menteri Agama 492 Tahun 2003 tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS dilingkungan Departemen Agama RI;
 - Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
 - Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
 - 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):

- Prof. Dr. Muhammad Maulana, M.Ag
 - Dr. Mahdalena Nasrun, S.Ag., M.Hl.
- untuk membimbing KGU Skripsi Mahasiswa (i):
- Nama : Syarifah Zurrhamah Putri
NIM : 220102139
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Sistem Penetapan Target Penjualan Motor Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong dan Relasinya Dengan Bonus Menurut Akad Samsarah

Sebagai Pembimbing I
Sebagai Pembimbing II

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 24 September 2025
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM,

HAMARUZZAMAN

Tembusan:

- Rektor UIN Ar-Raniry;
- Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah;
- Mahasiswa yang bersangkutan;
- 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 : 2104/Un.08/FSH.I/PP.00.9/05/2026

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 : 220102139

Nama : SYARIFAH ZURRAHMAH PUTRI

Program Studi/Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Alamat : Syekh Hamzah Fansuri Kurnia Pulo sarok

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 PENETAPAN TARGET PENJUALAN MOTOR PADA PT NUSANTARA SAKTI LAMNYONG DAN RELASINYA DENGAN BONUS MENURUT AKAD SAMSAH***

Banda Aceh, 25 Mei 2026

An. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



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

NIP. 197111251997031002

Berlaku sampai : 30 Juni 2026

Lampiran 3 Protokol Wawancara 1

PROTOKOL WAWANCARA

Judul Skripsi : Sistem Penetapan Target Penjualan Motor Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong dan Relasinya Dengan Bonus Menurut Akad *Samsarah*

Waktu Wawancara : 10.00 – 11.00 WIB

Hari/Tanggal : Selasa/10 Juni 2025

Tempat : PT Nusantara Sakti Lamnyong

Orang yang diwawancarai: Pihak *Customer Relationship Management*

No	Daftar Pertanyaan Wawancara
1	Jelaskan bagaimana jenis kontrak kerja antara pihak perusahaan dan <i>sales</i> ?
2	Bagaimana hak dan kewajiban <i>sales</i> diatur dalam perjanjian tersebut?
3	Bagaimana sistem penetapan target penjualan pada PT Nusantara Sakti Lamnyong?
4	Apa saja jenis-jenis bonus yang diberikan kepada <i>sales</i> ?
5	Apakah bonus yang diberikan oleh perusahaan memberikan dampak baik terhadap tenaga kerja <i>sales</i> dalam mencapai target?
6	Bagaimana jika <i>sales</i> tidak dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan?
7	Apakah perusahaan memberikan motivasi kepada <i>sales</i> agar dapat mengurangi beban kerja yang mempengaruhi beban kerja yang mempengaruhi kinerja <i>sales</i> ?
8	Apakah tim <i>sales</i> pernah di evaluasi terkait dengan performa kerja dalam mencapai target?

Lampiran 4 Protokol Wawancara 2

PROTOKOL WAWANCARA

Judul Skripsi : Sistem Penetapan Target Penjualan Motor Pada PT Nusantara Sakti Lamnyong dan Relasinya Dengan Bonus Menurut Akad *Samsarah*

Pihak yang diwawancarai : *Sales* PT Nusantara Sakti Lamnyong

No	Daftar Pertanyaan Wawancara
1	Bagaimana sistem kerja <i>sales</i> di PT Nusantara Sakti Lamnyong secara umum?
2	Apa saja tugas utama yang harus dilakukan oleh seorang <i>sales</i> setiap harinya?
3	Bagaimana sistem laporan kerja yang harus dilakukan oleh <i>sales</i> kepada atasan?
4	Apa saja tantangan yang biasanya dihadapi oleh <i>sales</i> dalam menjual produknya?
5	Apa faktor utama yang menentukan keberhasilan seorang <i>sales</i> dalam bekerja?
6	Berapa rata-rata target yang harus di capai dalam satu bulan?
7	Apakah target penjualan yang diberikan dianggap realistis oleh <i>sales</i> ?
8	Apa yang terjadi jika <i>sales</i> tidak mencapai target yang telah ditentukan?
9	Bagaimana sistem pemberian bonus dari perusahaan kepada <i>sales</i> ?
10	Apakah hubungan antara target dan bonus sudah sesuai dengan beban kerja yang didapatkan?

Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara



Gambar 1: Wawancara bersama Bapak dengan Fitriady Avid Bidang *Customer Relationship Management*, di Lamnyong, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh.



Gambar 2: Wawancara bersama *Sales* PT Nusantara Sakti Lamnyong di Lamnyong, Kecamatan Syiah Kuala, Banda Aceh.