

**ANALISIS PRODUK KONSINYASI TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**

**(Studi Kasus Terhadap Toko-Toko yang Berkonsinyasi dengan UMKM
Kerupuk di Desa Braja Harjosari, Kecamatan Braja Selehah)**

Oleh: SUDARSONO EFENDI SOFYAN

sudarsonoefendisofyan@gmail.com

STEI Darul `Qur'an Minak Selehah Lampung

ABSTRAK

Peningkatan Penjualan tentu sudah menjadi salah satu faktor keberhasilan dari pencapaian seseorang. Peningkatan penjualan sudah sangatlah berperan menjadi sebuah target seorang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terutama di Negara Indonesia sendiri. Peningkatan penjualan yang ditarget oleh para pelaku UMKM beragam macam-macam cara untuk melantarnya. Dengan berbagai macam teori tentang bagaimana cara meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh para UMKM guna menyeimbangkan usahanya dengan kemajuan yang ada saat ini, terutama disini dalam hal meningkatkan penjualan, maka salah satu yang menjadi faktor yang akan penulis teliti disini yaitu Toko-Toko yang berkonsinyasi dengan UMKM Kerupuk beliau Ibu Sri Suparmi yang berada di Desa Braja Harjosari, Kecamatan Braja Selehah. Tujuan utamanya disini yaitu untuk memasarkan produk Konsinyasi dari produsen Ibu Sri Suparmi agar dapat dibeli oleh konsumen ataupun para pembeli lainnya, serta dapat terjual sesuai target penjualan sehingga dikatakan pemasaran produk Konsinyasi tersebut dapat meningkatkan penjualan, serta bagaimana menurut perspektif Islam. Dan hasil pada penelitian disini setelah di uji menggunakan Aplikasi Microsoft Excel, yaitu menyatakan bahwa pada produk Konsinyasi terdapat pengaruh terhadap peningkatan penjualan. Kemudian kesimpulan pada produk Konsinyasi menurut perspektif Islam disini dikatakan sah dan memenuhi syarat.

Kategori : Produk Konsinyasi, Peningkatan Penjualan, Perspektif Islam.

**CONSIGNMENT PRODUCT ANALYSIS FOR IMPROVEMENT
SALES ACCORDING TO AN ISLAMIC PERSPECTIVE**

**(Case Study of Consignment Shops with SME Crackers in Braja
Harjosari Village, Braja Selehah District)**

ABSTRACT

Increasing sales has certainly become one of the success factors in someone's achievements. Increasing sales has played a very important role in becoming a target for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), especially in Indonesia itself. There are various ways to increase sales targeted by MSME players. With various theories about how to increase sales carried out by MSMEs in order to balance their business with current progress, especially here in terms of increasing sales, one of the factors that the author will examine here is shops that are on consignment with Mrs. Sri Suparmi is a cracker SME in Braja Harjosari Village, Braja Selehah District. The main aim here is to market consignment products from the producer Mrs. Sri Suparmi so that they can be purchased by consumers or other buyers, and can be sold according to sales targets so that it can be said that marketing consignment products can increase sales, as well as according to an Islamic perspective. And the results of the research here, after being tested using the Microsoft Excel application, state that consignment products have an influence on increasing sales. Then the conclusion on the consignment product according to the Islamic perspective here is that it is said to be valid and meets the requirements.

Category : Consignment Products, Increased Sales, Islamic Perspective.

A. PENDAHULUAN

Pembangunan pada perekonomian sangat memiliki arti yang begitu luas serta menjadi sebuah proses multi dimensi yang mencakup suatu perubahan penting dalam sikap masyarakat, struktur sosial, dan institusi nasional dan lokal serta mengurangi ketimpangan, memberantas kemiskinan, dan mempercepat pertumbuhan ekonomi yang tujuannya disini adalah menempatkan manusia sebagai titik sentral sehingga memiliki karakteristik dari masyarakat, oleh masyarakat, dan untuk masyarakat.¹

Sementara pembangunan ekonomi sendiri adalah sebuah proses yang dapat meningkatkan pendapatan perkapita penduduk terhadap masyarakat dalam jangka waktu yang cukup panjang, istilah lainnya yaitu pembangunan ekonomi merupakan sebuah usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat guna mengembangkan kegiatan perekonomian lantaran serta meningkatkan penjualan

¹ Imam mukti, et al., "Adaptasi Masyarakat Kecamatan Omesuri Kabupaten Lembata Terhadap Budaya Modern", *Core : Journal of Communication Research*, 2023, (Di akses pada tanggal 05 Februari 2024, pukul 20.01), h.20

Suatu usaha untuk dapat mengurangi tingkat kemiskinan, penyelesaian masalah ketimpangan pendapatan dan memperluas lapangan pekerjaan adalah salah satu indikator terpenting yang menggambarkan keberhasilan pembangunan ekonomi yaitu yang terutama dengan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) serta jika secara jangka panjang maka pembangunan ekonomi disini bertujuan untuk mencapai kenaikan pendapatan perkapita.²

Setiap pelaku usaha pasti memiliki tujuan untuk mencapai keuntungan yang maksimal dalam memasarkan produk jualannya, dengan cara setiap pelaku usaha pasti mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan suatu produk yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen, sehingga dalam jangka waktu yang panjang pelaku usaha tersebut mendapatkan keuntungan yang diharapkan.

Perkembangan dunia usaha saat ini begitu memperlihatkan adanya gejala- gejala persaingan yang semakin meningkat kearah penguasaan pasar yang semakin luas dan meningkat. Seiring dengan perkembangan era, tingkat persaingan didunia bisnis semakin tinggi dan pesat baik terhadap perusahaan besar maupun perusahaan kecil yang saling bersaing untuk merebut tempat pemasaran dengan berbagai macam cara dan usaha agar para pelaku usaha terkhusus UMKM mampu menjual produk sebanyak-banyaknya pada konsumen yang membutuhkan.

Sebuah perusahaan untuk mencapai kejayaan maka tidak luput dari kegiatan pemasaran yang sangat menunjang keberhasilan pada sebuah perusahaan. Sedangkan dalam memasarkan produk penjualan disini dapat dilakukan dengan beberapa bentuk diantaranya yaitu Penjualan secara cicilan, kredit, konstan, maupun penjualan secara Konsinyasi.³

² Sulton Baihaqi dan Abdur Rohman, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Tanaman Hias Ditinjau dari Perpektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, vol.4 no.3, 2023 (Di akses pada tanggal 06 Februari 2024, pukul 20.40), h.82-83

³ Annike Rasyada Inayah, "Kesesuaian Layanan Shopee Barokah Ditinjau dengan Fatma DSN- MUI Tentang Marketplace Berdasarkan Prinsip Syariah", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2023, (Di akses pada tanggal 07 Februari 2024, pukul 21.59), h.1-2

Dalam hal ini pelaku yang berkontribusi dengan studi kasus beliau memakai sistem pemasaran Konsinyasi. Pemasaran Konsinyasi dikemukakan oleh Ragil Supto, yaitu penitipan ataupun pengiriman barang dari pemilik produk terhadap pihak lain yang bertindak sebagai agen penjualan, serta hak milik atas barang tersebut tetap masih berada pada pemilik barang hingga barang tersebut laku terjual.³

Penyalur barang disini yaitu beliau Ibu Sri Suparmi yang berada di Desa Braja Harjosari

² Sulton Baihaqi dan Abdur Rohman, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Tanaman Hias Ditinjau dari Perpektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, vol.4 no.3, 2023 (Di akses pada tanggal 06 Februari 2024, pukul 20.40), h.82-83

³ Nanang Martono, et al., *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, edisi revisi II, Juli 2010, h.8

yang menjual produk produksinya berupa Kerupuk, kemudian disalurkan kepada pihak kedua yang bertugas untuk menjual barang dagangannya tersebut kepada para konsumen. Pelaku usaha yang dimaksud disini yaitu UMKM sebagian Toko-Toko yang memang berkonsinyasi dengan beliau Ibu Sri Suparmi.

Toko-Toko disini bertugas untuk menjual produk Kerupuk dari Ibu Sri Suparmi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan. Kemudian pada titik acuan disinilah yang akan penulis teliti, yaitu penulis ingin menganalisis terhadap Toko-Toko tersebut yang dimana dalam menjual produk Konsinyasi, apakah dapat meningkatkan penjualan atau tidak dan bagaimana menurut perspektif Islam.

B. METODOLOGI

Metode pengolahan data menjelaskan prosedur pengolahan dan analisis data sesuai dengan pendekatan yang dilakukan. Karena penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, maka pengolahan data dilakukan dengan cara penskoran kemudian dihitung dengan statistik parametris yang digunakan untuk menguji hipotesis Asosiatif (Hubungan antara variabel) dengan menggunakan teknik Regresi Linier Sederhana. Alat analisis menggunakan Aplikasi Excel, serta teknik Regresi Linier Sederhana ini didasarkan pada hubungan fungsional maupun kaitan satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, metode analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.⁴ Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis Regresi Linier Sederhana dan Uji Regresi Linier Sederhana. Analisis Linier Regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen dirubah-rubah dan dinaik turunkan.⁵

Penelitian harus memiliki kemampuan dalam melakukan pencatatan terhadap data berupa tingkah laku atau penampilan sumber data, karena harus dicatatnya secara tertulis tanpa memasukan tafsiran, pendapat dan pandangannya. Peneliti merupakan perencana, pengumpulan data, analisis, penafsiran data, peneliti menjadi pelapor hasil penelitiannya. Pengertian instrument atau alat penelitian tempat karena menjadi segalanya dan keseluruhan peneliti. Instrument dimaksud sebagai alat pengumpulan

⁴ Yunissa Hernanda, et al., "Analisis Tingkat Pengangguran Provinsi Kalimantan Timur Menggunakan Sign test, Wilcoxon Test dan Paired Sample t-Test", *Jurnal Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Matematika (SEMIOTIKA)*, vol.2 no.1, 2023, (Di akses pada tanggal 19 Juni

⁵ Albert Kurniawan Purnomo, *Statistika Inferensial dan Kumpulan Soal*, Sidorejo, Makassar : PT. Nas Media Pustaka, cet.1, September 2023, h.36

data. Instrument pada penelitian ini dibantu dengan angket berjumlah 22 pernyataan.

C. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pemasaran produk disini, penulis akan menganalisis Toko-Toko yang berkonsinyasi dengan UMKM Kerupuk Ibu Sri Suparmi di Desa Braja Harjosari guna meningkatkan penjualan. Toko-Toko di Desa Braja Harjosari sangatlah banyak, berbagai macam menjual seperti : Kebutuhan pangan dan pokok (sembako, keperluan untuk mandi serta mencuci), pakaian-pakaian, alat perabot rumah tangga, aksesoris, dan lain sebagainya, namun yang lebih banyak yaitu para Toko yang menjual produk kebutuhan pokok yang tidak lain yaitu Sembako. Penulis menganalisis juga bahwa memang di Desa Braja Harjosari ini sebuah Lokasi yang bagus dan relavan guna memasarkan berbagai macam produk/barang, hal ini juga yang menjadi faktor mengapa penulis mengambil titik Lokasi penelitian di Desa Braja Harjosari, Kecamatan Braja Selehah, yang tidak lain dikarenakan hal tersebut. Toko-Toko di Desa Braja Harjosari yang telah dipaparkan di paragraf sebelumnya sudah memperlihatkan bahwa tidak sedikit, namun tidak menuntut harus semua Toko yang akan penulis teliti disini. Sampel Toko yang penulis ambil disini adalah berjumlah 20, yang dimana Toko-Toko tersebut memang sudah melakukan Akad/perjanjian dengan Ibu Sri Suparmi guna menjualkan produk Kerupuk beliau.

Toko-Toko yang berjumlah 20 tersebut rata-rata berada di Lokasi dekat Area Pasar Braja Harjosari, dan dari jumlah 20 Toko tersebut bahwa 19 Toko merupakan pemilik Toko Sembako, diantaranya yaitu milik Ibu Murni, Ibu Sri Istiana, Ibu Warsini, Ibu Evi Kurniasih, Ibu Sumiati, Ibu Maryati, Ibu Dewi Romayati, Ibu Maria Susanti, Ibu Siti Winingsih, Mbak Yuli Setiawati, Ibu Tutik Hariyati, Ibu Sriyani, Ibu Ririn Suhartini, Ibu Titik Nur, Ibu Zunlut, Ibu Musyarofah, Mbak Desi Wulandari, Mbak Nurul Ambarwati, Mbak Dewi Nur Indah, dan Mbak Nurrohmah sebagai pemilik Toko Buah.

Disimpulkan bahwa pada Toko-Toko yang terletak di Desa Braja Harjosari mayoritas menjual produk Sembako, dimana sembako sendiri adalah kebutuhan pokok para masyarakat setempat. Nah, disinilah penulis mengambil sampel sebanyak 20 Toko, kemudian dengan diterapkannya sistem Konsinyasi Toko-Toko tersebut menjualkan produk Konsinyasi dengan tujuan dapat meningkatkan penjualan. Jadi, pihak Toko disini harus melakukan cara yang tepat dalam memasarkan produk Konsinyasi Kerupuk.

Kemudian penulis akan menganalisis bagaimana situasi dan keadaan realitanya ketika pihak Toko menjualkan produk Konsinyasi tersebut, apakah sudah sesuai dengan konsep indikator penjualan produk Konsinyasi atau belum, yang dimana konsep indikator faktor-faktor inilah yang menjadi jawaban terhadap peningkatan penjualan pada produk Konsinyasi.

1. Sejarah Singkat UMKM Kerupuk (yang melakukan penjualan Konsinyasi dengan pihak Toko).**Tabel 4.1 Pertanyaan dan Hasil Wawancara Terhadap Narasumber**

No.	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	Siapa UMKM Kerupuk yang bernama Ibu Sri Suparmi	<p>UMKM Kerupuk yang dimaksud disini tidak lain beliau adalah Ibu Sri Suparmi, seorang janda tua yang mempunyai tiga anak kandung. Anak pertama bernama Desihana Fatimah dan sudah menjalani rumah tangga sendiri dengan dikaruniai satu anak kandung bernama Andika Setiawan. Anak kedua bernama Muhammad Adi Saputra yang sekarang ini sedang bekerja dipelayaran Laut Batam. Sedangkan anak yang yang ketiga bernama Muhammad Fahrurrozi yang sekarang ini sedang menjalani dijenjang pendidikan SMP serta pendidikan di Pondok Pesantren di IBNU SINA Braja Selehah Lampung Timur. Ibu Sri Suparmi berusia sekitar 45 tahun dan sudah ada sekitar 20 tahun menjadi janda.</p> <p>Selama menjadi janda beliau tinggal bersama ibunda tercinta yang selalu setia menemaninya, beliau bernama Ibu Madinah. Beliau sudah berumur sekitar 55 tahun. Ibu Madinah ketika dirumah senantiasa untuk membantu mengurus kebutuhan rumah dengan menjual jamu. Jamu-jamu ini tidak dijual ke Pasar, ke Toko, ataupun ke tempat pemasaran lain, melaikan hanya menyetok produk jualannya dikediaman rumahnya sendiri.</p>
2.	Riwayat Pendidikan Ibu Sri Suparmi	Pelaku UMKM Kerupuk Ibu Sri Suparmi, lulusan dari Universitas Muhammadiyah Metro Lampung Timur jurusan IPS. Karena setelah 20 menjadi janda tua, beliau bingung bagaimana harus menjadi seperti seorang kepala keluarga bagi kelangsungan hidup anak terakhirnya yang sedang menjalani pendidikan di

		<p>Pondok Pesantren serta ibunya yang semakin hari umurnya semakin menua. Pada akhirnya beliau berniat untuk bekerja di Batam guna membantu kelangsungan hidup yang dijalani dikediaman rumah. Sesampainya dirumah, Ibu Sri Suparmi langsung melepas rasa rindu terhadap ibu kandung dan satu anaknya yang masih mondok yang dimana rasa rindu tersebut telah membebani dirinya selama beliau jauh dari nasehat seorang ibu tercinta dan lantunan suara dari anak tercinta.</p>
3.	Awal mula Ibu Sri Suparmi memulai usaha	<p>Beliau memulai usahanya dengan modal yang didapat dari sisa gaji kerja di Batam. Alhamdulillah hasil yang diperoleh selama 3 tahun karena beliau seorang yang pandai menabung, pada akhirnya beliau dapat membantu membiayai anak terakhirnya yang sedang menjalani pendidikan di Pondok Pesantren IBNU SINA Braja Selehah Lampung Timur. Sisa dari uang tersebut beliau pergunakan untuk memulai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu dengan membeli produk kerupuk mentah dari seorang agen, kemudian diolah hingga menjadi produk kerupuk jadi dan siap untuk dipasarkan, serta usaha yang tidak disangka ternyata telah ada sekitar 10 tahun sampai sekarang.</p>
4.	Keseharian yang dilakukan Ibu Sri Suparmi	<p>Ibu Sri Suparmi seorang yang sangat giat dalam bekerja. Pagi pukul 07.00 a.m beliau sudah siap untuk berangkat kepasar yang berjarak 500 m dari kediaman rumahnya. Sesampainya dipasar, beliau langsung memasarkan produknya di area parkir depan Pasar Braja Harjosari</p>
5.	Jenis-jenis Kerupuk yang dijual	<p>Ada beberapa macam kerupuk yang dijual Ibu Sri Suparmi di Pasar, antara lain yaitu : Kerupuk Unyel (dari Ampera), Kerupuk Rambak (dari Tulung Agung),</p>

	Ibu Sri Suparmi	Kerupuk Tempe (dari Ngawi), Kerupuk Jengkol (dari Indramayu), dan Kerupuk Manggar (dari Sidoarjo Lampung Timur), dan Kerupuk Makaroni (dari Sragen, Solo, dan Indonesia).
6.	Dari mana asal Kerupuk tersebut	Semua jenis-jenis kerupuk tersebut beliau beli dari sebuah agen yang sistem pembeliannya dengan memesan dahulu lewat online kemudian dari pihak agennya sendiri yang mengantarkan produk mentah tersebut langsung dikediaman Ibu Sri Suparmi.
7.	Tips/Cara pengolahan Kerupuk agar tidak rusak/bantat yang dilakukan oleh Ibu Sri Suparmi	<p>Tujuan dari melaksanakan proses tahapan pada penjemuran kerupuk tersebut agar pada saat proses penggorengan, kerupuk tersebut menjadi renyah, mengembang, dan yang pasti tidak bantat (ulet). Namun pada saat penjemuran juga jika terlalu lama maka akan membuat bahan kerupuk mentah menjadi pecah-pecah. Jadi memang harus dengan didasari kesabaran penuh, telaten, serta dapat memastikan untuk kestabilan dalam proses penjemuran bahan kerupuk mentah tersebut.</p> <p>Setelah proses penjemuran selesai, maka langkah selanjutnya adalah proses penggorengan. Ibu Sri Suparmi melakukan penggorengan setiap dua hari sekali, yang dimana beliau menyempatkan waktu menggoreng ketika setelah pulang dari berjualan. Waktu penggorengan yang dilakukan oleh Ibu Sri Suparmi tepat pada waktu Dzuhur setelah beliau melaksanakan sholat Dzuhur dan makan siang, hingga selesai menggoreng pada saat menjelang waktu Ashar. Selanjutnya pelaksanaan proses pengemasan kerupuk yang telah digoreng pada waktu di malam hari dan dibantu dengan Ibu tercintanya yaitu beliau Ibu Madinah.</p>

8.	Bagaimana cara produk tersebut bisa menjadi sitem Konsinyasi	Didalam pengemasan ada sekitar berjumlah 40-50 bungkus dari setiap jenis kerupuk yang diolahnya. Kemudian beliau titipkan produk Kerupuk tersebut kepada pihak Toko yang telah berkonsinyasi dengan beliau, dan jika semua produk Kerupuk terjual sesuai target penjualan, maka dapat dikatakan bahwa hasil dari persentase penjualan pasti meningkat. Beliau Ibu Sri Suparmi memasarkan produk Kerupuknya sering aktif ke 20 Toko yang ada di Desa Braja Harjosari. Beliau juga sudah melakukan Akad/perjanjian selayaknya penjualan didalam sistem Konsinyasi yaitu antara pengamanat dan komisioner.
----	--	---

Sumber : Diolah oleh Peneliti (Pada tanggal 20 Maret 2024, pukul 20.17)

a. Produk Konsinyasi Menurut Perspektif Islam

Seperti yang telah penulis uraikan sebelumnya pada BAB II terkait Produk Konsinyasi menurut perspektif Islam, bahwasannya Islam telah membolehkan seseorang mewakili suatu tindakan atau urusan tertentu kepada orang lain. Hal ini disebabkan karena tidak semua orang mampu mengerjakan urusannya sendiri, maka ia membutuhkan orang lain agar bisa mewakilinya dalam menangani urusan. Dalam dunia bisnis, setiap orang mempunyai kompetensi yang berbeda-beda. Ada kalanya orang yang mempunyai kompetensi dalam bidang bisnis yang kompetitif tetapi tidak memiliki modal. Di sisi lain, ada pemilik modal yang tak tersedia waktu atau kurang mempunyai kompetensi di bidang bisnis, sehingga diperlukan partner bisnis dengan pola perwakilan.

Jadi, bahwa Produk/barang yang diperjualbelikan (Mauqud ‘alaih) dalam penelitian disini dikatakan sesuai dengan syara’ yang telah memenuhi syarat, maka dapat disimpulkan bahwa produk Konsinyasi disini dinyatakan sah menurut perspektif Islam.

Kemudian, pada sistem penjualan Konsinyasi disini diperkuat oleh dasar yaitu sebuah transaksi dapat dikatakan Sah apabila dalam Akadnya sudah memenuhi syarat dan rukun, yaitu dengan ketentuan Kompilasi Hukum ekonomi Syariah (KHES) BAB XVII tentang Akad Wakalah pasal 452 harus memenuhi rukun dan syarat, serta dalam fatwa DSN-MUI No.113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Wakalah berikut ini :

1. Rukun, wakil (pengamanat), dan muwakkil (komisioner).

2. Akad pemberian kuasa (perjanjian terhadap kedua belah pihak).
3. Penerimaan diri sebagai penerima kuasa bisa dilakukan dengan lisan, tertulis, isyarat, dan atau perbuatan.
4. Secara praktiknya wakil dan muwakkil boleh dilakukan oleh orang atau kelembagaan, baik badan hukun taupun tidak.
5. Muwakkil (komisioner) berkewajiban untuk menyaluran atau memasarkan produk.

Dan hasil dari penelitian yang didapatkan disini bahwa sistem penjualan Konsinyasi dinyatakan telah memenuhi 5 syarat dari Akad Wakalah bil Ujrah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa produk Konsinyasi dikatakan Sah dan diperbolehkan menurut perspektif Islam.

a. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan setelah diolah oleh penulis, maka kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Analisis Produk Konsinyasi Terhadap Peningkatan Penjualan Menurut Perpektif Islam (Studi Kasus Terhadap Toko-Toko yang Berkonsinyasi dengan UMKM Kerupuk di Desa Braja Harjosari, Kecamatan Braja Selehah)” adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Produk Konsinyasi Terhadap Peningkata Penjualan

Adanya pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y. Jadi, hipotesis awal diterima (H_1 diterima dan H_0 ditolak), yang menyatakan bahwa produk Konsinyasi mempengaruhi peningkatan penjualan terhadap Toko-Toko yang berkonsinyasi dengan UMKM Kerupuk beliau Ibu Sri Suparmi di Desa Braja Harjosari. Dengan ketentuan yang dilantari dengan 3 faktor yaitu : Modal, Harga, dan Display.

2. Menurut Perpektif Islam

Bahwa Produk/barang yang diperjualbelikan (Mauqud ‘alaih) dalam penelitian disini dikatakan sesuai dengan syara’ yang telah memenuhi syarat, maka dapat disimpulkan bahwa produk Konsinyasi disini dinyatakan sah menurut perspektif Islam. Sedangkan pada sistem penjualan Konsinyasi dinyatakan telah memenuhi 5 syarat dari Akad Wakalah bil Ujrah tersebut,

maka dapat disimpulkan bahwa produk Konsinyasi dikatakan Sah dan diperbolehkan menurut perspektif Islam.

b. DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, et al., *Analisis Peran Harga, Variasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Customer Satisfaction Produk Konveksi*, Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), vol.6 no.2, 2023
- Adesi, Fella Piona, dan Yulius Wahyu Setiadi., *Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Sampono Perfumery*, Jurnal Prosiding Seminar Nasional Business Corporate, vol.2 No.1, 2023
- Ahmad, Afif., et al., *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Konsinyasi Display Produk UMKM Binaan Plut Kabupaten Jember*, Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu, vol.2 no.2, 2023
- Ahmad, Muhammad Yusuf, dan Syahraini Tambak., *Hubungan Metode Tanya Jawab dengan Minat Belajar Peserta Didik pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam*, Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah, vol.2 no.1, 2017
- Aji, Nugroho Ragil Sapto, dan Irvan Iswandi., *Praktik Jual Beli Makanan Sushi dengan Sistem Konsinyasi Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam (Studi Kasus di Rumah Produksi Sushi in Kecamatan Larangan Kota Tangerang)*, Journal on Education, vol.5 no.4, 2023
- Amal, Maksun Muhammad Ichlasul, et al., *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Jasa Edit Video Online Perspektif Fiqih Muamalah*, Jurnal Ekonomi Syari'ah, 2023
- Ananda, Akhirul Ummi., *Implementasi Sistem Reseller pada Transaksi E-commerce dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh)*, Jurnal Ekonomi Syari'ah, 2023
- Anggraini, Ambar., et al., *Analisis Penjualan Konsinyasi pada Usaha Rumahan Produk Kerupuk Sugianti di Raman Utara Kabupaten Lampung Timur*, Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIRMAN), vol.1 no.3, September 2022
- Arista, Windi., *Pelaksanaan Perjanjian Konsinyasi Ditinjau dari Pasal 1338 KUH Perdata*, Jurnal Hukum Tri Pantang, vol.6 no.1, 2020

Aryati, Cintya, dan Ikhbal Akhmad., *Pengaruh Display Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Frozen Food Anita*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba, vol.2 no.1, 2023

Asrulla, et al., *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*, Jurnal Pendidikan Tambusai, vol.7 no.3, 2023

Baihaqi, Sulton, dan Abdur Rohman, *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Tanaman Hias Ditinjau dari Perpektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS), vol.4 no.3, 2023

Bimari, Nadia Putri Permata Ray, et al., *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sendy's Swalayan Palangka Raya*, Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi, vol.1 no.3, 2020

Biyastiwi, Salma Ayuk, dan Andi Wicaksono., *Pelaksanaan Akad pada Produk Simpati di Bmt Mitra Niaga Desa Bolon, Colomadu dalam Perspektif Fikih Muamalah*, Jurnal Ilmu Pengembangan Syari'ah, 2023

Cahyana, Dian., et al., *Mekanisme Penjualan Produk dengan Sistem Konsinyasi pada Pelaku Usaha Keripik Singkong di Desa Sendang Agung Bandar Mataram*, Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis, vol.3 no.2, 2023

Dewanti, Agilia Putri Ayu, et al., *The Effect Of Promotions, Service Qualities And Store Display Products Buyers Decisions At Hypermart Bengkulu Indah Mall*, Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan, vol.5 no.1, 2023