

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Pendapatan Perusahaan dalam Perspektif Islam

a. Pengertian Pendapatan Perusahaan

Pendapatan (*revenues*) adalah kenaikan dalam aset dan ekuitas pemilik sebagai hasil dari menjual barang atau jasa ke pelanggan. Contohnya adalah pendapatan jasa (*fees earned*), pendapatan penjualan (*fares earned*), pendapatan komisi, dan pendapatan sewa.¹ Berdasarkan pandangan Islam pendapatan adalah penghasilan dari usaha yang jelas dan halal. Penghasilan halal dapat mendatangkan berkah yang diberikan Allah.²

Perusahaan adalah suatu unit kegiatan tertentu yang mengubah sumber-sumber ekonomi menjadi bernilai guna berupa barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan tujuan lainnya. Dalam tuntunan syariah, tujuan tersebut adalah *falāḥ*, yaitu kesejahteraan di dunia dan kebahagiaan di akhirat yang dirahmati Allah Swt.³ Maka, pendapatan perusahaan merupakan hasil yang diperoleh perusahaan dari aktivitas operasional maupun non-operasional dalam suatu periode tertentu. Pendapatan adalah seluruh penerimaan yang diperoleh

¹ Tjandrakirana, R. (2021). *Pengantar Akuntansi 1 Dilengkapi dengan Soal dan Pembahasan*. Palembang: CV Amanah. hal. 33

² Almalia, "Strategi Pendidikan dan Pendapatan dalam Strategi Manajemen Keuangan Keluarga Ditinjau dari Perspektif Islam" (Skripsi Program Ekonomi Islam IAIN Raden Intan Lampung, 2015), hal 32

³ Najmudin. (2011). *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syar'iyah Modern*. Yogyakarta: CV Andi Offset. hal.2

perusahaan, baik yang berasal dari hasil penjualan barang maupun jasa, serta dari sumber lain di luar kegiatan utama perusahaan yang dapat meningkatkan laba.⁴ Definisi ini menekankan bahwa pendapatan tidak hanya sebatas pada hasil penjualan, tetapi juga mencakup penerimaan lain yang sah dan diakui dalam laporan keuangan.

Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Selain itu pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersaji dalam laporan laba rugi maka, pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan.

b. Jenis dan Sumber Pendapatan Perusahaan

Pendapatan menurut jenis-jenisnya dapat diuraikan sebagai berikut, yaitu:

- 1) Pendapatan Operasional: pendapatan yang diperoleh dari kegiatan utama perusahaan sesuai tujuan bisnisnya.⁵ Hal ini bersumber pada; penjualan barang halal, jasa yang diperbolehkan, dan akad-akad syariah yang dilakukan.
- 2) Pendapatan Non-Operasional: pendapatan yang berasal dari kegiatan selain utama perusahaan.⁶ Pada jenis ini sumber pendapatan

⁴ Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta Selatan: Rajawali Pers. hal. 38

⁵ Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta Selatan: Rajawali P. hal. 38

⁶ Baridwan, Z. (2014). *Intermediate Accounting (Akuntansi Keuangan Menengah)*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta. hal. 17

perusahaan berasal dari; biaya jasa, bagi hasil, keuntungan penjualan aset tetap.

- 3) Pendapatan Lain-lain: pendapatan yang tidak rutin tetapi diakui sebagai keuntungan perusahaan.⁷ Jenis pendapatan perusahaan terakhir ini bersumber pada; keuntungan investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksadana syariah), hibah atau donasi, keuntungan dari aset tidak bergerak, dividen dari perusahaan lain yang beroperasi secara syariah.

Pada jenis pendapatan perusahaan yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat keterkaitan erat dengan sumber pendapatan yang dimiliki perusahaan. Secara umum, sumber pendapatan perusahaan berasal dari pelaksanaan aktivitas normal atau aktivitas utama yang dilakukan, yang dalam praktiknya dikenal dengan berbagai sebutan. Seluruh komponen tersebut menjadi bagian penting dalam aliran pendapatan perusahaan dan mencerminkan hasil dari aktivitas operasional maupun non-operasional yang sah secara hukum ekonomi Islam dan akuntansi. Dengan demikian, pemahaman mengenai jenis dan sumber pendapatan sangat diperlukan agar perusahaan dapat mengelola strategi keuangan yang diperbolehkan secara lebih efektif serta mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya.⁸

⁷ Harnanto. (2019). *Dasar-Dasar Akuntansi*. Yogyakarta: Andi Publisher. hal. 102

⁸ Najmudin. (2011). *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syar'iyah Modern*. Yogyakarta: CV Andi Offset. hal.72

c. Karakteristik Pendapatan Perusahaan

Karakteristik perusahaan ini dinyatakan dalam bentuk deskripsi yang kemudian dirangkum dalam bentuk poin, sebagai berikut:⁹

- 1) Kegiatan yang mempresentasikan operasi utama atau sentral yang menerus.

Pendapatan harus berasal dari aktivitas pokok perusahaan yang terus-menerus, bukan aktivitas insidental. Kegiatan operasional ini adalah aktivitas yang secara regular dilakukan perusahaan (misalnya, produksi dan penjualan barang/jasa)

- 2) Suatu entitas

Konsep penghasilan atau pendapatan berlaku untuk satu entitas yang berarti pendapatan dicatat dalam kerangka satu kesatuan usaha (perseroan/organisasi yang dilaporkan sebagai unit ekonomi tunggal).

- 3) Produk perusahaan

Pendapatan biasanya lahir dari penjualan produk perusahaan yaitu barang atau jasa yang merupakan hasil utama operasi entitas.

- 4) Pertukaran produk

Pendapatan dapat timbul melalui pertukaran barang/jasa yakni transaksi timbal balik dimana entitas menyerahkan produk (barang/jasa) dan menerima imbalan produk (kas atau produk lain).

⁹ Wicaksono, G. (2022). *Teori Akuntansi*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi. hal. 153

5) Mengakibatkan kenaikan ekuitas

Tujuan akhir dari penghasilan/pendapatan adalah meningkatkan ekuitas (modal) perusahaan yang artinya pendapatan harus meningkatkan kekayaan bersih entitas setelah dikurangi biaya dan pajak, bukan dari kontribusi pemilik.¹⁰

d. Indikator-Indikator Pendapatan Perusahaan

Indikator-indikator pendapatan perusahaan sebagai tolak ukur yang digunakan untuk menilai besarnya pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu ialah sebagai berikut:¹¹

- 1) Pendapatan (*revenue*), jumlah uang yang diterima perusahaan dari aktivitas operasional utama, seperti penjualan barang atau jasa.
- 2) Laba Kotor (*gross profit*), selisih antara pendapatan dan harga pokok penjualan (HPP), menunjukan efisiensi produksi atau penyediaan barang/jasa.
- 3) Laba Operasional (*operating profit*), laba yang diperoleh dari aktivitas operasional utama perusahaan, sebelum memperhitungkan bunga dan pajak.
- 4) Laba Bersih (*net profit*), laba yang tersisa setelah dikurangi semua biaya, termasuk bunga dan pajak, menunjukan profitabilitas akhir perusahaan.

¹⁰ Handayani, P. (2021). *Teori Akuntansi*. Purbalingga: Eureka Media Aksara. hal. 186

¹¹ Bustiana, S. H. (2022). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta Selatan: UM Jakarta Press. hal. 60-61

- 5) Pendapatan Ekonomi (*economic income*), mengukur perubahan nilai pemegang saham, mencakup komponen berulang dan tidak berulang, namun kurang berguna untuk memperkirakan potensi penghasilan di masa depan.

e. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Penelitian empiris mengenai pendapatan perusahaan menghasilkan sejumlah temuan dan didalamnya tercakup beberapa faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan, yang diantaranya:¹²

1) Modal

Setiap usaha membutuhkan untuk operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Pada teori produksi (*production theory*) dalam ilmu ekonomi menyatakan bahwa *output* perusahaan (yang kemudian menghasilkan pendapatata) dipengaruhi oleh input produksi. Modal memungkinkan perusahaan membeli mesin, teknologi, dan bahan baku lebih banyak sehingga kapasitas produksi meningkat dan pendapatan bisa lebih besar.¹³

2) Tenaga Kerja

Menurut teori pertumbuhan klasik (Adam Smith, David Ricardo), tenaga kerja adalah faktor utama produksi. Produktivitas tenaga kerja

¹² Zulkarnaini. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi peningkatan Pendapatan Usaha Air Masak Isi Ulang Depot Arsyila Gampa Aceh Barat . *Journal of Management Islamics Bussines Review*, 57-71.

¹³ Sukirno, S. (2011). *Pengantar Teori mikroekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers. hal. 179-182

yang tinggi akan meningkatkan output, memperluas pasar, dan akhirnya menaikkan pendapatan perusahaan.¹⁴

3) Produk

Salah satu tugas utama dari manajemen penjualan adalah desain produk yaitu mereka merupakan pemberi saran perbaikan yang diperlukan desain produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.

4) Harga

Jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk dengan akibat dari keluhan pelanggan.

5) Distribusi

Prantara barang dari produsen ke konsumen, semakin luas pendistribusiannya maka akan mempengaruhi penjualan promosi.

6) Biaya Promosi

Menurut teori bauran pemasaran (*marketing mix 4P*), promosi adalah salah satu instrument utama yang mempengaruhi penjualan (*revenue*). Promosi meningkatkan *awareness*, menarik konsumen baru, dan mempengaruhi keputusan pembelian sehingga pendapatan perusahaan naik.¹⁵

f. Konsep Pendapatan Perusahaan

Dalam manajemen keuangan Syariah yang seringkali diterapkan di Indonesia sangat memperhatikan ekonomis Islam yang ada, terutama pada

¹⁴ Sukirno, S. (2016). *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers. hal. 305-308

¹⁵ Kotler Philip, d. G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga. hal. 62-65

pendapatan usaha yang diperolehnya. Berikut adalah prinsip-prinsip yang digunakan dalam manajemen keuangan Syariah.¹⁶

1) Tauhid

Prinsip tauhid ini dalam ekonomi islam terlihat antara lain dalam konsep kepemilikan (*ownership*) dan keseimbangan (*equilibrium*). Konsep kepemilikan (*ownership*) dalam ekonomi Islam terletak pada pemanfaatannya bukan menguasai secara mutlak terhadap sumber-sumber ekonomi. Hal ini berbeda dengan sistem kapitalis yang mana terdapat kepemilikan mutlak individu terhadap sumber ekonomi.

2) Larangan Riba

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.” (Q.S Al-Baraqaah: 275)

¹⁶ Latifah, E. (2023). Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Dalam Manajemen Keuangan Syariah. *Jurnal of Internasional Development Economics*, 98-116.

3) Tidak Menggunakan Konsep *Time Value of Money*

Al-Ghazali mengutarakan bahwa dalam islam tujuan penciptaan uang adalah sebagai alat tukar dan standar nilai barang, maka uang tidak bisa diperlakukan sebagaimana barang komoditas lainnya.

4) Pembagian Risiko

Dalam ekonom Islam berpendapat bahwa *profit and loss sharing* (berbagi risiko dan keuntungan bisnis) didasarkan pada dua model pembiayaan yaitu mudharabah dan musyarakah. Imbalan bagi hasil yang diperoleh terkait pembagian risiko antara pihak mitra usaha dengan pemilik modal.

5) Uang sebagai Modal Potensial

Sistem keuangan Islam memandang uang boleh dianggap sebagai modal. Artinya adalah uang dijadikan modal yang bersifat produktif dan dapat menghasilkan barang atau jasa bersamaan dengan sumber daya yang lain untuk memperoleh suatu keuntungan.

6) Larangan Penipuan (*Gharar*)

Konsep gharar dapat dibagi menjadi dua, pertama, adalah unsur risiko yang mengandung keraguan, probabilitas dan ketidakpastian. Kedua, unsur meragukan yang berkaitan dengan penipuan atau kejahatan oleh salah satu pihak terhadap pihak lainnya.

7) Larangan Spekulasi (*Maysir*)

Dalam kegiatan bisnis atau transaksi dilarang menimbulkan spekulasi. Artinya adalah suatu transaksi yang memiliki tingkat ketidakpastian yang sangat tinggi sangat dilarang. Hal ini dikarenakan menimbulkan

kekecewaan, menyengsarakan, merugikan dan memberikan efek jera apabila dilakukan. Sistem keuangan Islam melarang spekulasi dalam transaksi yang nantinya dapat memberikan ketidakpastian tinggi dalam sebuah transaksi.

8) Kontrak/Perjanjian

Dalam sistem keuangan Islam perlu adanya perjanjian (akad) yang harus dilakukan pihak yang akan bertransaksi demi mengurangi resiko atas informasi yang asimetri atau timbulnya moral hazard.

9) Aktivitas Usaha harus Sesuai Syariah

Suatu usaha yang dilakukan merupakan bentuk kegiatan yang diperbolehkan syariah seperti tidak melakukan jual beli minuman keras atau mendirikan usaha peternakan babi.

Dalam perspektif Islam, pendapatan perusahaan dipahami sebagai hasil dari kegiatan usaha yang dilakukan dengan cara-cara yang halal, adil, dan bermanfaat bagi masyarakat. Pendapatan tidak hanya dipandang sebagai ukuran keuntungan materi, tetapi juga sebagai wujud keberkahan atas usaha yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariah. Oleh sebab itu, setiap bentuk pendapatan harus diperoleh melalui transaksi yang jujur, bebas dari unsur riba, *gharar*, dan *maysir*, dan memperhatikan nilai-nilai etika dalam bermuamalah. Selain aspek ekonomi, Islam menekankan tanggung jawab sosial dalam penggunaan pendapatan, seperti menunaikan zakat, infak, dan sedekah, agar tercipta keseimbangan antara kepentingan individu dan kemaslahatan masyarakat. Dengan demikian, pendapatan perusahaan dalam Islam memiliki dimensi spiritual dan sosial yang

menempatkan keberkahan serta keadilan sebagai tujuan utama, bukan hanya sekadar perolehan keuntungan finansial.

2. Modal dalam Perspektif Islam

a. Pengertian Modal Usaha

Pengertian modal dalam konsep ekonomi Islam berarti semua harta yang bernilai dalam pandangan syar'i, dimana aktivitas manusia ikut berperan serta dalam usaha produksinya dengan tujuan pengembangan. Istilah modal tidak harus dibatasi pada harta-harta ribawi saja, tetapi ia juga meliputi semua jenis harta yang bernilai yang terakumulasi selama proses aktivitas perusahaan dan pengontrolan perkembangan pada periode-periode lain.¹⁷

Menurut Ahmad Ibrahim, modal adalah kekayaan yang memberikan penghasilan kepada pemiliknya, atau kekayaan yang menghasilkan suatu hasil yang akan digunakan untuk menghasilkan suatu kekayaan lainnya. Sementara itu, Afzalur Rahman (1995) menyatakan bahwa modal merupakan hasil kerja apabila pendapatan melebihi pengeluaran, sehingga faktor utama pengumpulan modal adalah peningkatan pendapatan. Menurut sistem ekonomi kapitalis, modal bisa dimiliki tiap individu maupun umum, sedang dalam sistem ekonomi sosialis adalah hak milik semua orang. Namun Islam mengajarkan bahwa modal (sebagai hak milik)

¹⁷ An-Nabhani, T. (1996). *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*. Surabaya: Risalah Gusti. hal. 41

adalah amanah dari Allah yang wajib dikelola secara baik. Manusia hanya diamanahi Allah untuk mengelola harta (modal) sehingga berkembang.¹⁸

Pentingnya modal dalam kehidupan manusia ditunjukkan dalam Qur'an surat Al-Imran ayat 14:

رُئِيَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ
وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَلِكَ مَتَاعُ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَاَبِ ۚ ﴿١٤﴾

“Dijadikan indah bagi manusia kecintaan pada aneka kesenangan yang berupa perempuan, anak-anak, harta benda yang bertimbun tak terhitung berupa emas, perak, kuda pilihan, binatang ternak, dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia dan di sisi Allahlah tempat kembali yang baik.” (Q.S Al-Baqarah:14)

Modal usaha harus digunakan untuk aktivitas perdagangan atau bisnis yang dilakukan dengan amanah dan kejujuran. Adapun prinsip modal usaha dalam Islam yang pertama adalah harus halal yaitu modal berasal dari sumber yang tidak melanggar syariat, adil yaitu tidak mengambil keuntungan dengan cara yang merugikan pihak lain, dan jujur serta amanah dalam artian pengelolaan usaha dan interaksi dengan mitra atau pelanggan. Modal usaha dalam Islam bukan hanya alat untuk mencapai keuntungan duniawi, tetapi juga sarana untuk mencapai keberkahan dan keridhaan Allah SWT.¹⁹

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa posisi unsur Syariah dalam modal usaha yang telah dijelaskan diatas adalah untuk menerapkan

¹⁸ Syauqi, I. (2022). *Ekonomi Makro Islam*. Jakarta : Bank Indonesia . hal 19

¹⁹ Hendrisman, H. d. (2025). Pengaruh Modal Usaha dan Luas Lahan Terhadap Pendapatan Petani Sagu di Kepulauan Meranti Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability*, 13-30.

prinsip-prinsip ekonomi Islam secara tepat dan benar. Hal ini dapat diamati melalui pendapatan dan hasil yang diperoleh dalam proses produksi barang dan jasa, yang harus sejalan dengan konsep kejujuran, kepercayaan, dan profesionalisme.

b. Sumber-Sumber Modal Usaha

Untuk pembagian modal berdasarkan penggunaannya, sumber modal dapat dibedakan atas dasar sumbernya yaitu:²⁰

1) Modal Sendiri

Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari perusahaan miliki sendiri dengan cara mengeluarkan saham. Saham yang dikeluarkan dapat dilakukan secara terbuka maupun tertutup. Modal sendiri juga dapat diperoleh dari hasil tabungan dan pendapatan halal. Berikut beberapa kelebihan juga kekurangan modal sendiri yaitu:²¹

a) Kelebihan modal sendiri:

- (1) Tidak ada biaya bunga atau biaya administrasi sehingga untuk kedepannya tidak akan menjadi beban.
- (2) Tidak bergantung kepada pihak lain, yang berarti pendapatannya hanya didapatkan dari setoran pemilik modal.
- (3) Tidak ada persyaratan rumit dan tidak menghabiskan waktu relatif lama

²⁰ Imelda. (2020). *Peluang Sumber Modal dan Prosedur Pengajuan Pinjaman/Pembiayaan Usaha Kecil dan Mikro*. Palembang: Unsri Press. hal. 9--12

²¹ Suherman, A. (2021). *Manajemen Keuangan*. Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri. hal. 33

- (4) Tidak ada kewajiban untuk mengembalikan modal, yang berarti modal awal yang sudah ditanamkan dari seorang pemilik modal akan terus tertanam dan tidak akan terjadi masalah ketika pemilik modal akan mengalihkannya pada pihak lain.

b) Kekurangan modal sendiri:

- (1) Jumlah pinjaman terbatas, yaitu untuk mendapatkan dana dalam jumlah yang ditentukan, perlu bergantung pada pemiliknya dan jumlah tersebut relatif terbatas.
- (2) Terdapat kesulitan dalam memperoleh modal sendiri untuk jumlah tertentu bagi pemilik baru dalam jumlah tertentu relatif lebih sulit dikarenakan harus di pertimbangkan dari prospek usahanya dan kinerjanya.
- (3) Kurang motivasi, karena dalam hal ini pada modal sendiri dipergunakan oleh pemilik usaha tersebut, yang mengakibatkan adanya pengaruh motivasi terhadap usaha yang dijalankan akan jauh lebih rendah disbanding dengan menggunakan modal asing atau pinjaman.

2) Modal Asing (Pinjaman)

Modal asing atau modal pinjaman merupakan modal yang didapatkan dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh melalui pinjaman. Dengan menggunakan modal pinjaman maka akan menghasilkan biaya administrasi, biaya provinsi dan komisi yang besarnya relatif. Dalam menggunakan modal pinjaman terdapat jangka waktu tertentu

untuk pengembaliannya. Berikut ini adalah beberapa kelebihan dan kekurangan modal asing atau pinjaman, yaitu:²²

a) Kelebihan modal asing:

- (1) Jumlah pinjaman tidak terbatas, artinya setiap perusahaan dapat mengajukan sebuah permohonan jumlah modal pinjaman kepada berbagai sumber, selama dana yang di ajukan perusahaan tersebut masih layak serta pendapatan dana yang akan dikeluarkan tidak mengalami kesulitan.
- (2) Motivasi untuk berusaha tinggi, hal tersebut dikarenakan jika dalam penggunaan modal asing, motivasi pada pemilik modal untuk memajukan serta dapat mengembangkan usahanya lebih besar, karena pemilik memiliki tanggungjawab untuk mengembalikan pinjaman yang sebelumnya sudah disepakati.

b) Kekurangan modal asing:

- (1) Adanya biaya administrasi
- (2) Modal yang dipinjam harus dikembalikan dalam jangka waktu yang sebelumnya telah disepakati.
- (3) Menjadi beban moral atau utang yang belum atau akan dibayar bagi perusahaan dan akan menimbulkan masalah serta kegagalan yang dapat mengakibatkan beberapa kerugian yang sangat berdampak pada pinjaman.

²² Satria, I. (2016). *Modul Akuntansi Keuangan*. Aceh: Universitas Malikussaleh. hal. 17

c. Jenis-Jenis Modal Usaha

Pada dasarnya dalam perusahaan dikenal dengan dua jenis modal, yaitu modal aktif dan modal pasif. Dalam neraca perusahaan, modal aktif tertera disebelah debet yang menggambarkan bentuk penggunaannya, sedangkan modal pasif tercantum pada sebelah kredit yang menunjukkan asal atau sumbernya. Berikut rincian jelas mengenai dua jenis modal tersebut.²³

1) Modal Aktif

Modal aktif merupakan modal yang digunakan untuk membiayai semua pengadaan kebutuhan fisik dan nonfisik dalam jangka waktu lama dan biasanya disebut dengan modal tetap (aktiva tetap).

2) Modal Pasif

Sumber dana yang dapat dibedakan menjadi modal sendiri (ekuitas) dan modal asing (hutang).

Selain hal tersebut, menurut Siagian, menyatakan bahwa modal dasar berwirausaha tidak serta modal dalam bentuk uang, tetapi juga modal kemauan, modal keterampilan, dan modal pengetahuan. Ketiga modal tersebut merupakan faktor penting dalam berwirausaha. Berikut penjelasan detail mengenai tiga jenis modal tersebut:²⁴

1) Modal Kemauan

²³ Najmudin. (2011). *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syar'iyah Modern*. Yogyakarta: CV Andi Offset. hal. 217-218

²⁴ Sugeng Hariardi, S. Z. (2024). Pengaruh Modal, Tenaga kerja, lama usaha, terhadap pendapatan dengan teknologi sebagai variabel moderating. *Jurnal Lentera Bisnis*, 1481-1494.

Tekad dan motivasi kuat yang dapat menjadikan bisnis menjadi makmur, karena kemauan adalah faktor utama dalam berwirausaha. Melalui modal kemauan yang kuat ini, dapat membuat wirausahawan memiliki komitmen tinggi dan pantang menyerah dalam menjalankan bisnisnya.

2) Modal Keterampilan

Wirausahawan yang memiliki modal keterampilan tidak akan berhenti walau kurangnya uang. Hal ini akan membuat wirausaha bergerilya untuk menutupi kekurangan itu dengan modal keterampilan yang ia miliki.

3) Modal Pengetahuan

Bekal pengetahuan bisnis yang akan dirintis, bekal pengetahuan berupa peran dan tanggung jawab dan pengetahuan tentang manajemen dan organisasi.

d. Macam-Macam Modal Usaha

Modal tidak selalu harus berupa aset fisik seperti uang, barang, atau peralatan. Modal juga mencakup aspek tidak berwujud, seperti modal intelektual, modal sosial, modal moral, dan modal mental yang dilandasi dengan nilai agama. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai macam-macam modal tersebut:²⁵

1) Modal Intelektual

²⁵ Ikhsan, A. (2018). *Buku Kewirausahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka. hal. 6-7

Modal ini, dapat diwujudkan dalam bentuk ide-ide sebagai modal utama. Tentu, hal ini disertai oleh pengetahuan, kemampuan, keterampilan, komitmen, dan tanggung jawab sebagai modal tambahannya.

2) Modal Sosial

Modal insani paling utama yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Modal sosial terdiri dari komitmen, kepercayaan, dan kejujuran. Seorang wirausahawan yang mempunyai modal sosial yang tinggi biasanya lebih mempunyai etika dalam menjalankan wirausaha.

3) Modal Mental dan Moral

Modal keberanian yang dilandasi dengan faktor agama. Lebih jelasnya modal mental merupakan suatu keberanian atau tekad seseorang untuk melakukan hal dengan cara bertanggungjawab yaitu seperti mengambil resiko, mampu menghadapi tantangan, melakukan perubahan, mengadakan pembaruan, dan menjaga lebih unggul. Sedangkan, modal moral diartikan sebagai suatu keyakinan atau kepercayaan kepada Tuhan karena telah memberi dan melengkapi untuk semua umat manusia dengan akal dan pikiran yang dapat dipergunakan untuk belajar, berpikir, berusaha, dan bertindak untuk membuktikan segala sesuatu hal yang telah di ciptakan-Nya.

4) Modal Material

Modal dalam bentuk uang atau barang. Modal ini terbentuk, apabila seseorang memiliki jenis modal, seperti yang telah dibahas.

e. Indikator-Indikator Modal Usaha

Menurut Nugraha (2011:9) dalam jurnal berjudul “pengaruh modal dan inovasi terhadap kinerja UMKM kain perca di Kecamatan Medan Denai” oleh Fikri Aulia, dan Toni Hidayat, menyatakan beberapa indikator modal, yang diantaranya:²⁶

1) Struktur Permodalan

Suatu ukuran keuangan antara utang jangka Panjang atau utang jangka pendek serta pengeluaran modal sendiri dalam menjalankan kegiatan usaha.

2) Pemanfaatan Modal Tambahan

Pengaturan pinjaman modal dari bank atau lembaga keuangan lainnya harus dilakukan dengan baik. Menggunakan modal tambahan sebagaimana tujuan awal yaitu mengembangkan usaha.

3) Hambatan dalam Mengakses Modal Eksternal

Sulitnya persyaratan untuk mendapatkan pembiayaan atau kredit bagi perusahaan karena kelayakan usaha, keberadaan angunan serta lamanya berbisnis dan teknis yang diminta oleh bank untuk dapat dipenuhi.

4) Keadaan Usaha Setelah Menanamkan Modal

Dengan adanya penambahan modal, diharapkan suatu usaha yang dijalankan dapat berkembang lebih luas kembali.

²⁶ Fikri Aulia, d. T. (2021). Pengaruh Modal, dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Kain Perca di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Bisnis Net*, 119-132.

3. Tenaga Kerja dalam Perspektif Islam

a. Pengertian Tenaga Kerja

Menurut undang-undang nomor 13 tahun 2003, menjelaskan bahwa tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Menurut pendapat Suparmoko, tenaga kerja adalah penduduk dalam usia kerja atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu negara dalam memproduksi barang atau jasa, tenaga kerja yang dalam usia kerja yaitu antara 15-64 tahun.²⁷

Dalam pandangan Islam, tenaga kerja (*‘āmil* / *al-‘āmil*) merupakan bagian penting dari unsur produksi setelah modal (*māl*), tanah (*ardh*), dan kewirausahaan (*rijāl al-a‘māl*). Islam tidak hanya melihat tenaga kerja dari jumlahnya secara kuantitatif, tetapi juga dari aspek kualitas iman, akhlak, dan profesionalitasnya. Tenaga kerja dalam Islam adalah seluruh manusia yang secara fisik dan mental mampu melakukan aktivitas produktif untuk kemaslahatan diri dan masyarakat, selama pekerjaan tersebut halal dan bermanfaat. Jumlah tenaga kerja yang ideal menurut Islam adalah yang seimbang antara kebutuhan ekonomi dan kemampuan individu, agar tidak menimbulkan pengangguran maupun eksploitasi.²⁸

Jumlah tenaga kerja yang aktif bekerja merupakan indikator produktivitas umat Islam. Jika banyak umat Islam yang tidak bekerja

²⁷Suparmoko. (2002). *Ekonomi Publik Untuk Keuangan dan Pembangunan*. Yogyakarta: CV Andi., hal. 98

²⁸ Mannan, M. A. (1987). *Islamic Economics: Theory and Practice*. Lahore: Hodder&Stoughton., hal. 167

padahal mampu, maka itu dianggap tidak sejalan dengan prinsip *amal shalih* (kerja yang baik dan berguna). Dengan demikian, Islam menghendaki agar seluruh anggota masyarakat usia produktif ikut berperan aktif dalam kegiatan ekonomi.²⁹ Islam menekankan keseimbangan antara jumlah tenaga kerja dan lapangan kerja yang tersedia melalui mekanisme *syura* (musyawarah) dan keadilan distribusi sumber daya. Pemerintah berkewajiban memastikan agar tenaga kerja yang ada terserap dengan baik, misalnya dengan membuka lapangan kerja produktif dan mencegah pengangguran.³⁰

Pekerjaan merupakan salah satu faktor produksi yang berpengaruh negatif terhadap perbedaan pendapatan. Karena semakin banyak karyawan bekerja, semakin banyak pendapatan tumbuh. Hal ini, membuat distribusi pendapatan lebih merata. Dengan bertambahnya jumlah tenaga kerja, maka akan meningkatkan jumlah pendapatan. Sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidup dan dapat mengurangi pengangguran juga kemiskinan. Tidak hanya itu, juga meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang hal ini dapat mengurangi perbedaan pendapatan di suatu daerah atau negara.³¹

b. Klasifikasi Tenaga Kerja

Dalam kaitannya dengan fungsi produksi di perusahaan manufaktur, tenaga kerja dapat diklasifikasikan menjadi tenaga kerja langsung dan

²⁹ Al-Qaradawi, Y. (1999). *Fiqih Al-'amal Fi Al-islam*. Kairo: Cita Varia Kreativitas., hal. 54-55

³⁰ Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation., hal. 245

³¹ Utami, T. W. (2021). *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Makasar: CV. Ayrada Mandiri., hal 23

tenaga kerja tidak langsung. Berikut penjelasan jelas mengenai dua klasifikasi tersebut:³²

1) Tenaga Kerja Langsung

Seluruh tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi dan dapat diidentifikasi (ditelusuri) pembebanan biayanya ke dalam suatu produk, *batch*, atau departemen. Upah (gaji) yang timbul atas tenaga kerja langsung diperlakukan sebagai biaya tenaga kerja langsung dibebankan secara langsung sebagai bagian dari biaya produksi.

2) Tenaga Kerja Tidak Langsung

Tenaga kerja yang jasanya tidak dapat diidentifikasi secara langsung ke dalam suatu produk. Pada system perhitungan biaya berdasarkan pesanan, upah/gaji yang timbul atas tenaga tidak langsung disebut sebagai biaya tenaga kerja tidak langsung dan merupakan bagian biaya *overhead* perusahaan.

c. Indikator Tenaga Kerja

Menurut *Key Indicator the Labour Market* edisi kesembilan (ILO) beberapa indikator kunci yang digunakan untuk mengukur tenaga kerja, antara lain:³³

1) Tingkat partisipasi angkatan kerja

³² *Ibid*, hal 259

³³ Organisation, I. L. (2016). *Key Indicators of Labour Market*. Switzerland: ILO Publications., hal. 51-55

Persentase penduduk usia kerja yang secara aktif dalam angkatan kerja, yaitu mereka yang terlibat sebagai tenaga kerja baik dengan bekerja atau mencari pekerjaan yang memberikan indikasi ukuran relatif dari pasokan tenaga kerja³⁴.

2) Rasio pekerjaan terhadap populasi

Mengukur proporsi penduduk usia kerja yang memiliki pekerjaan. Dengan kata lain, dari seluruh penduduk usia kerja, berapa persen yang sudah bekerja. Ini, mengindikasikan sejauh mana tenaga kerja digunakan dalam perekonomian.

3) Status dalam pekerjaan

Mereka yang bekerja ke dalam kategori status pekerjaan, seperti pekerja upahan (*employee*), wiraswasta (*self-employed*), pengusaha (*employer*), pekerja keluarga (*contributing family worker*), dan pekerja tanpa bayaran lainnya.

4) Pekerjaan menurut sektor ekonomi

Mengklasifikasikan tenaga kerja yang bekerja menurut aktivitas ekonomi seperti, petani, industri jasa, dan lain sebagainya untuk memahami struktur ekonomi dan alokasi tenaga kerja antar sektor.

5) *Underemployment* waktu terkait

Mereka yang bekerja tetapi jam kerjanya kurang dari jam penuh yang diinginkan atau mereka yang ingin bekerja lebih banyak jam. Dengan kata lain, mereka “dibawah pekerjaan ideal” dari segi waktu.

³⁴ Yuwono, M. (2021). *Booklet Sakernas-Survei Angkatan Kerja Nasional*. Jakarta: Badan Pusat Statistik., hal. 16

4. Biaya Promosi dalam Perspektif Islam

a. Pengertian Biaya Promosi

Biaya adalah aliran keluar (*outflows*) atau pemakaian aktiva atau timbulnya hutang (atau kombinasi keduanya) selama satu periode yang berasal dari penjualan atau produksi barang, atau penyerahan jasa atau pelaksanaan kegiatan yang lain yang merupakan kegiatan jasa utama suatu entitas. Biaya juga dapat disebut dengan beban yang merupakan penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.³⁵

Promosi adalah semua yang dilakukan untuk membantu penjualan suatu produk bahan-bahan presentasi yang digunakan seorang tenaga atau jasa di tiap tempat jaringan penjualan, mulai dari penjualan ketika melakukan penawaran hingga siaran memikat pelanggan agar memperoleh kesan yang niaga di televisi atau iklan di surat kabar yang mencoba menyenangkan terhadap apa yang diiklankan.³⁶ Tegasnya, promosi penjualan adalah perangsang (insentif) ekonomis, hiburan, atau informal yang ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada para pembeli atau distributor.³⁷

³⁵ Ghazali, I. (2012). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro., hal. 350

³⁶ Fred E. Hahn, d. K. (2002). *beriklan dan Promosi Sendiri*. Jakarta: PT Grasindo.

³⁷ Maulana, A. (1985). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta Pusat: PT Midas Surya Grafindo.

Biaya promosi adalah biaya meliputi semua hal dalam rangka pelaksanaan kegiatan promosi atau kegiatan untuk menjual produk perusahaan baik berupa barang atau jasa pada pembeli sampai pengumpulan piutang menjadi kas.³⁸ Jadi, dapat disimpulkan biaya promosi merupakan seluruh pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, dengan tujuan meningkatkan penjualan dan membangun citra positif perusahaan.

b. Tujuan dan Fungsi Biaya Promosi

1) Tujuan Biaya Promosi

Pada dasarnya tidak ada tujuan lebih rinci mengenai biaya promosi. Namun, promosi memiliki tujuan sebagai berikut:

- a) Menginformasikan (*Informing*)
- b) Membujuk pelanggan sasaran
- c) Mengingat (reminding)

Dari beberapa poin diatas dapat disimpulkan bahwa pentingnya kegiatan promosi, karena kegiatan promosi merupakan proses memperkenalkan keberadaan, karakteristik, dan keunggulan produk perusahaan. Sehingga, menimbulkan minat calon konsumen membeli dan mengkonsumsi produk yang ditawarkan, yang akan menjadi tujuan utama dari tindakan promosi.³⁹

³⁸ Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN., hal. 530

³⁹ Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset., hal. 221

2) Fungsi Biaya Promosi

Dalam tugas akhir Suardi yang berjudul “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT Reyhan Alkesindo Makasar” menyatakan bahwa terdapat beberapa fungsi biaya promosi yang diantaranya:

a) Fungsi Pengenalan

Supaya produk yang akan dijual dapat diketahui oleh masyarakat, yang terkadang produk dipromosikan hanya memuat informasi yang dasar.

b) Fungsi Penawaran

Seorang konsumen tidak saja diajak untuk mengetahui informasi dari produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga menawarkan kepada konsumen agar membuat keputusan untuk melakukan pembelian.

c) Fungsi Penjagaan Konsumen

Ditekankan pada kuantitas transaksi dan bukan kuantitas jumlah konsumen. Hal yang dilakukan utamanya adalah memberikan pelayanan supaya konsumen setia pada produk.

d) Fungsi Perbaikan

Untuk memperbaiki kesalahan yang pernah dibuat baik oleh pemilik produk atau tim pada perusahaan. Dapat dikatakan juga sebagai permintaan maaf produsen kepada konsumen.

c. Jenis-Jenis Biaya Promosi

Ada beberapa jenis promosi yang dapat dilakukan oleh perusahaan, jenis promosi ini akan menentukan arah perusahaan untuk mengenalkan produknya kepada calon konsumen, yaitu:

1) *Advertising* (Iklan)

Semua bentuk terbayar dari presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas. Media yang paling diingat oleh calon konsumen adalah media cetak dan elektronik.

2) *Sales promotion* (Promosi Penjualan),

Berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan pembelian produk atau jasa. Bentuknya seperti undian, hadiah, sampel dan lain-lain

3) *Events and experiences* (Acara dan pengalaman), yaitu kegiatan dan program yang disponsori perusahaan yang dirancang untuk menciptakan interaksi harian atau interaksi yang berhubungan dengan merek tertentu.

4) *Public Relation and publicity* (Hubungan masyarakat dan publisitas)

Beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individunya. Bentuknya seperti donasi, amal, pidato, seminar, dan lain-lain

5) *Direct Marketing and database* (Pemasaran langsung) yaitu

Penggunaan surat, telepon, faksmile, e-mail, atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau meminta respon atau dialog dari pelanggan dan prospek tertentu.

6) *Online and social media marketing* (Pemasaran online dan media sosial),

Aktivitas online dan program yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau memperoleh penjualan produk dan layanan.

d. Etika Pengeluaran Biaya Promosi

Pada dasarnya pengeluaran biaya promosi merupakan penggunaan dana perusahaan untuk kegiatan memperkenalkan dan memasarkan produk. Hal ini, dalam perspektif Islam harus dilakukan dengan beberapa etika, berikut beberapa etika pengeluaran biaya promosi dalam Islam:

- 1) Kejujuran, promosi yang dilakukan harus dengan informasi yang benar dan tidak menipu (tidak ada unsur pemalsuan, testimoni palsu, atau janji yang berlebihan).⁴⁰
- 2) Menepati janji dan akad, semua bentuk promosi yang mengandung janji atau tawaran harus dipenuhi seperti yang dijanjikan agar sesuai dengan akad (perjanjian) antara penjual dan pembeli.⁴¹
- 3) Tidak merendahkan atau menjelekkan pesaing, etika Islam melarang menjelekkan produk pesaing (fitnah, tuduhan tanpa bukti) dalam promosi. Promosi yang dilakukan harus tetap menjaga adab dan sikap saling menghormati.⁴²

⁴⁰Caniago, F. (2023). Etika Islam dalam Bauran Promosi. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi*, -.

⁴¹ Muftia Tsabita Aimana, A. F. (2022). Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Giveaway Bersyarat dalam Akun Instagram @Giveaway.Oyi. *Jurnal Ekonomika Bisnis Islam*, 172-181.

⁴² *Ibid*

- 4) Moderasi dan kedermawanan, pengeluaran promosi hendaklah seimbang, tidak terlalu boros (israf), namun juga tidak terlalu pelit, bertujuan bukan semata profit, tetapi juga menjaga kehormatan, amanah, dan nilai moral Islam.⁴³
- 5) Transparansi dan tanggung jawab sosial, pengeluaran biaya promosi harus mempertimbangkan dampak sosial. Misalnya, apakah promosi tersebut memberikan manfaat masyarakat, tidak menyesatkan, dan tidak menimbulkan kerugian moral. Pemilik usaha harus transparan dalam metode promosi dan biaya yang dikeluarkan.⁴⁴

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	PENULIS	JUDUL	HASIL PENELITIAN
1	Danri T.Siboro, Audrey M. Siahaan, Ardian Doloksaribu, dan Andreas Sebastian Sitompu, 2025 ⁴⁵	Pengaruh Modal, Biaya Produksi, Lama Usaha, dan Teknologi Terhadap Pendapatan	1. Secara Simultan variabel tersebut berpengaruh signifikan pendapatan UMKM 2. Modal yang lebih tinggi, biaya produksi yang lebih besar, lama usaha

⁴³ Pohan, M. A. (2022). Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Etika Pemasaran. *Qonun Iqtishad El Madani*, 12-19.

⁴⁴ Abdul Manaf Panjaitan, S. B. (2025). Biaya sebagai Instrumen Etika Ekonomi: Studi Kasus UMKM dalam Perspektif Mikro Ekonomi Islam. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 7659-7654.

⁴⁵ Danri T. Siboro, A. M. (2025). Pengaruh Modal, Biaya Produksi, Lama Usaha, dan teknologi Terhadap Pendapatan. *Jurnal Education and Development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan*, 800-804.

			yang lebih panjang, dan teknologi yang lebih modern masing-masing berkontribusi pada peningkatan pendapatan UMKM.
	Persamaan	1. Pada variabel independen (X) menggunakan modal. 2. Pada variabel dependen (Y) menggunakan pendapatan perusahaan 3. Menggunakan <i>tools</i> penelitian yang sama yakni <i>SPSS</i> , dan pada tahun yang sama.	
	Perbedaan	Terdapat perbedaan pada objek penelitian yakni jenis usaha <i>fashion</i> muslim, perusahaan ini termasuk pada badan hukum perseroan terbatas (PT).	
2	Achmad Dwi Nugroho, dan Syahrituah Siregar, 2025 ⁴⁶	Pengaruh Faktor Modal, Tenaga Kerja, Jam Kerja, dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Alalak Utara, Kota	1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bersama-sama, modal, tenaga kerja, jam kerja, dan lama usaha memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pendapatan UMKM.

⁴⁶ Achmad Dwi Nugroho, d. S. (2025). Pengaruh Faktor Modal, Tenaga Kerja, Jam Kerja, dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Alalak Utara, Kota Banjarmasin Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 165-17

		Banjarmasin Selama Pandemi Covid-19	2. Secara parsial, modal dan lama usaha memiliki pengaruh yang signifikan, sementara tenaga kerja dan jam kerja tidak berpengaruh signifikan. 3. Modal usaha terbukti menjadi variabel paling dominan yang berkontribusi terhadap pendapatan UMKM selama pandemik.
	Persamaan	1. Pada variabel independen (X) menggunakan modal, dan tenaga kerja. 2. Pada variabel dependen (Y) menggunakan pendapatan perusahaan 3. Menggunakan <i>tools</i> penelitian yang sama yakni SPSS, dan pada tahun yang sama.	
	Perbedaan	Terdapat perbedaan pada objek penelitian yakni jenis usaha <i>fashion</i> muslim, perusahaan ini termasuk pada badan hukum perseroan terbatas (PT).	
3	Masrifah, Nurul Imamah, dan Fatihul Khoir, 2025 ⁴⁷	Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap	Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal, tenaga kerja,

⁴⁷ Masrifah, N. I. (2025). Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Industri Jas Hujan. *Jurnal Bharamonics*, 89-94.

		Pendapatan Industri Jas Hujan	dan lama usaha, baik secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan positif terhadap pendapatan UMKM jas hujan di Desa Kendal Pencabean.
	Persamaan	1. Pada variabel independent (X) menggunakan modal, dan tenaga kerja. 2. Pada variabel dependen (Y) menggunakan pendapatan. 3. Menggunakan <i>tools</i> penelitian yang sama yakni <i>SPSS</i> , dan pada tahun yang sama.	
	Perbedaan	Terdapat perbedaan pada objek penelitian yakni jenis usaha <i>fashion</i> muslim, perusahaan ini termasuk pada badan hukum perseroan terbatas (PT).	
4	Siti Hardiyanti Limonu, Radia Hafid, Melizubaida Mahmud, Sudirman, dan Imam Prawiranegaragani, 2024 ⁴⁸	Pengaruh Faktor Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Cengkeh	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh modal dan tenaga kerja berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap pendapatan pengusaha cengkeh

⁴⁸ Siti Hardiyanti Limonu, R. H. (2024). Pengaruh faktor Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Cengkeh. *Journal of Economic and business Education*, 100-109.

			di Desa Momalia 3 Kecamatan Posigadan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.
	Persamaan	1. Pada variabel independen (X) menggunakan modal, dan tenaga kerja. 2. Pada variabel dependen (Y) menggunakan pendapatan.	
	Perbedaan	Terdapat perbedaan pada objek penelitian yakni jenis usaha <i>fashion</i> muslim, perusahaan ini termasuk pada badan hukum perseroan terbatas (PT). Penelitian yang dilakukan pada tahun 2025, sementara penelitian ini dilakukan pada tahun 2024.	
5	Nida Mulyani, Rizali H, 2024 ⁴⁹	Pengaruh Modal, tenaga Kerja, dan Promosi terhadap Pendapatan Kedai Kopi di Kelurahan Kertak baru Ulu	1. Hasil dalam penelitian membuktikan faktor modal, jumlah tenaga kerja, jam kerja dan promosi secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kedai kopi Kelurahan Kertak Baru Ulu.

⁴⁹ Nida Mulyani, d. R. (2024). Pengaruh Modal, tenaga Kerja, dan Promosi terhadap Pendapatan Kedai Kopi di Kelurahan Kertak baru Ulu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 73-80.

			2. Faktor modal dan jumlah tenaga kerja secara parsial berpengaruh terhadap pendapatan kedai kopi.
	Persamaan	1. Pada variabel independen (X) menggunakan modal, tenaga kerja, dan biaya promosi 2. Pada variabel dependen (Y) menggunakan pendapatan.	
	Perbedaan	Terdapat perbedaan pada objek penelitian yakni jenis usaha <i>fashion</i> muslim, perusahaan ini termasuk pada badan hukum perseroan terbatas (PT). Tahun penelitian ini dilakukan pada tahun 2024, sementara penelitian yang akan dilakukan tahun 2025.	
6	Mhd Thori Azhar, 2024 ⁵⁰	Pengaruh Modal Kerja, Motivasi, dan Promosi terhadap Pendapatan dengan Lama Usaha sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus UMKM Dodol Pasar Bengkel Serdang Berdagai	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Modal kerja, Motivasi dan promosi secara simultan/bersamaan yang diterapkan oleh pedagang dodol tidak ada karena penggunaan analisis data <i>Smart-PLS</i> yang

⁵⁰ Mhd Thori APengaruh Modal Kerja, M. d. (2024). Pengaruh Modal Kerja, Motivasi, dan Promosi terhadap Pendapatan dengan Lama Usaha sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus UMKM Dodol Pasar Bengkel Serdang Berdagai. *Economic Reviews Journal*, 106-118.

			tidak bisa menghitung pengaruh variabel secara simultan/bersamaan.
	Persamaan	1. Pada variabel independen (X) menggunakan modal, dan biaya promosi 2. Pada variabel dependen (Y) menggunakan pendapatan.	
	Perbedaan	1. Terdapat perbedaan pada objek penelitian yakni jenis usaha <i>fashion</i> muslim, perusahaan ini termasuk pada badan hukum perseroan terbatas (PT). 2. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2024, sedangkan penelitian yang akan dilakukan pada tahun 2025. 3. Metode analisis yang digunakan berbeda, penelitian ini menggunakan <i>Smart-PLS</i> , sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan <i>tools</i> SPSS	

Berdasarkan analisis penelitian terdahulu terdapat kebaharuan (*novelty*) bahwa, penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur industri pakaian jadi. Perusahaan yang menjadi objek pada penelitian ini merupakan persahaan lokal dan tidak termasuk dalam perusahaan BUMN. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan perusahaan.

C. Kerangka Pemikiran

Pendapatan perusahaan adalah seluruh penerimaan yang diperoleh perusahaan dari kegiatan usahanya dalam suatu periode tertentu, baik berupa penjualan barang, jasa, maupun sumber lain yang sah, sebelum dikurangi biaya-biaya. Pendapatan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan nilai dari sumber daya yang dimiliki dan menjadi indikator utama kinerja ekonomi. Pendapatan sangat penting karena menjadi dasar penilaian kesehatan perusahaan, sumber pembiayaan operasional, alat perencanaan strategi, serta sarana untuk memberikan keuntungan bagi pemilik atau investor, sehingga tanpa pendapatan yang memadai perusahaan tidak dapat bertahan atau berkembang. Pada penelitian ini pendapatan yang digunakan ialah berasal dari omzet perbulan yang didapatkan oleh objek.

Pendapatan perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor baik secara internal maupun eksternal. Pendapatan perusahaan ini tidak terlepas dari permasalahan yang dihadapi oleh suatu perusahaan. Ada beberapa masalah yang dihadapi oleh para wirausahawan seperti keterbatasan modal, kinerja tenaga kerja, dan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan. Perusahaan juga menghadapi masalah dari teknologi yang seharusnya sudah seimbang dilaksanakan sebagai salah satu proses memperkenalkan produknya yang biasa disebut dengan promosi.

Pada penelitian Vidya Fathimah, mengungkapkan bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan perusahaan yaitu modal, tenaga kerja, pendidikan, pemasaran, sertifikasi halal, dan jam kerja.⁵¹ Selain itu juga dalam penelitiannya

⁵¹ Fathimah, V. (2025). Analisis Faktor-Faktor Peningkatan Pendapatan UMKM. *Universitas Dharmawangsa*, 638-647.

Baharuddin Yusuf Putra Ardiansyah, dan rekan rekannya menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan perusahaan ialah biaya produksi, biaya operasi, biaya promosi, dan pertumbuhan penjualan.⁵² Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan perusahaan ialah modal usaha, tenaga kerja, biaya promosi, lama usaha, jam kerja, biaya produksi, biaya promosi, dan biaya perusahaan lainnya.

Modal merupakan faktor yang memiliki peranan penting dalam proses berkembangnya suatu usaha. Pasalnya, modal diperlukan ketika perusahaan hendak mendirikan suatu perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang telah ada. Tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha. Sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh.⁵³ Modal yang didapatkan oleh objek penelitian ialah modal sendiri dan modal asing atau pinjaman.

Tenaga kerja merupakan faktor yang sangat penting dalam produksi, tenaga kerja juga merupakan faktor penggerak dari faktor input yang lain. Tenaga kerja juga merupakan karyawan yang bekerja setiap bulannya pada objek penelitian ini. Tanpa adanya tenaga kerja maka faktor produksi lain tidak akan berarti. Dalam

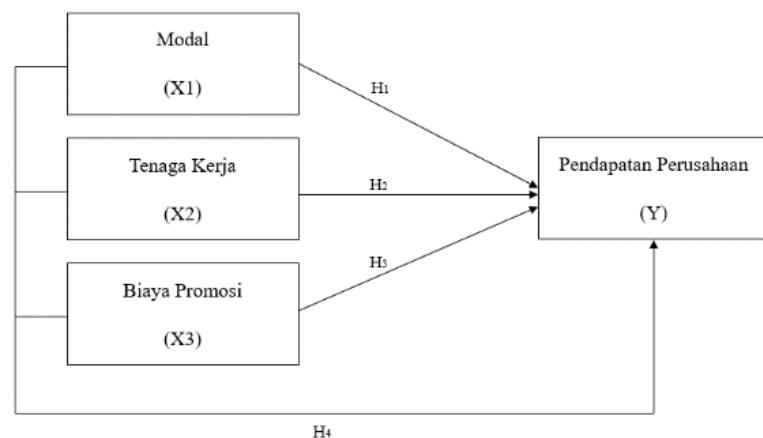
⁵² Baharuddin Yusuf Putra Ardiansyah, N. M. (2025). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Biaya Promosi, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di BEI 2019-2023. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Keuangan*, 173-189.

⁵³ Rusdy setiawan, d. Y. (2023). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Produksi dan Lingkungan Terhadap Pendapatan pada Industri Tahu dan Tempe Kota Tarakan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1-28.

arti lain, tenaga kerja alah penduduk yang bekerja aktif menghasilkan barang dan jasa, kelompok yang siap bekerja dan sedang mencari pekerjaan.⁵⁴

Biaya promosi ialah pengeluaran perusahaan untuk aktivitas dari kegiatan pemasaran memberi segala informasi yang diterima, menganalisis pasar segmentasi, dan produk yang tersedia dipasaran, menerima, membeli, menggunakan kan produk tersebut dan ada rasa loyalitas dari pelanggan akan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut.⁵⁵ Biaya promosi pada penelitian ini berasal dari jumlah dari biaya iklan, biaya pemasaran *marketplace*, dan biaya pemasaran lainnya.

Berdasarkan beberapa variabel yang digunakan pada penelitian ini, terdapat indikator yang membentuk adanya variabelvariabel tersebut, sehingga tersusunlah kerangka pemikiran ini.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

⁵⁴ Sugeng Hariardi, S. Z. (2024). Pengaruh Modal, Tenaga kerja, lama usaha, terhadap pendapatan dengan teknologi sebagai variabel moderating. *Jurnal Lentera Bisnis*, 1481-1494.

⁵⁵ Gregorius Widiyanto, H. S. (2021). Pengaruh inovasi produk, harga, dan promosi terhadap penambahan pendapatan ekonomi masyarakat di kota tanggerang. *Eco-Buss*, 120-130.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan kajian teori, serta kerangka berpikir yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini dikembangkan melalui model penelitian dan *research gap* tentang pengaruh modal, tenaga kerja, dan biaya promosi terhadap pendapatan perusahaan (studi kasus pada PT Dthree Sukses Mulia Kota Tasikmalaya) dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

H₀₁: Tidak terdapat pengaruh positif modal terhadap pendapatan perusahaan di PT Dthree Sukses Mulia Kota Tasikmalaya.

H_{a1}: Terdapat pengaruh positif terhadap pendapatan perusahaan di PT Dthree Sukses Mulia Kota Tasikmalaya.

2. Hipotesis 2

H₀₂: Tidak terdapat pengaruh positif tenaga kerja terhadap pendapatan di PT Dthree Sukses Mulia Kota Tasikmalaya.

H_{a2}: Terdapat pengaruh positif tenaga kerja terhadap pendapatan perusahaan di PT Dthree Sukses Mulia Kota Tasikmalaya.

3. Hipotesis 3

H₀₃: Tidak terdapat pengaruh positif biaya promosi terhadap pendapatan perusahaan di PT Dthree Sukses Mulia Kota Tasikmalaya.

H_{a3}: Terdapat pengaruh positif signifikan biaya promosi terhadap pendapatan perusahaan di PT Dthree Sukses Mulia Kota Tasikmalaya.

4. Hipotesis 4

H_{04} : Tidak terdapat pengaruh positif modal, tenaga kerja, dan biaya promosi terhadap pendapatan perusahaan di PT Dthree Sukses Mulia Kota Tasikmalaya.

H_{a4} : Terdapat pengaruh positif modal, tenaga kerja, dan biaya promosi terhadap pendapatan perusahaan di PT Dthree Sukses Mulia Kota Tasikmalaya.