

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Produksi dalam Islam

1. Pengertian Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dengan cara menggabungkan faktor-faktor produksi seperti modal, tenaga kerja, teknologi, dan kemampuan manajerial. Produksi merupakan usaha untuk meningkatkan manfaat melalui perubahan bentuk (*form utility*), memindahkan tempat (*place utility*), dan penyimpanan (*store utility*).¹ Sistem produksi merupakan penghubung antara satu komponen satu (*input*) dengan komponen lainnya (*output*) dan juga mencakup proses-proses yang terjadi, interaksi terjadi untuk mencapai sebuah tujuan. Salah satu lingkungan perekonomian adalah sistem produksi.² Komponen dalam sistem produksi terdiri dari input, proses dan output.

Hubungan sistem produksi dapat bersifat struktural maupun fungsional³. Struktural ini meliputi tanah, tenaga kerja, modal, dan lain-lain. Fungsi saat ini, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, pengendalian, dan fungsi-fungsi lain yang terkait dengan manajemen.

Produksi adalah apa yang dihasilkan suatu perusahaan berupa barang dan jasa dalam jangka waktu tertentu, dan diperhitungkan sebagai nilai

¹ Manalu, E., . *Penerapan Al goritma Naive Bayes untuk Memprediksi Jumlah Produksi Barang berdasarkan Data Persediaan dan Jumlah Pemesanan pada Cv.Pastries*. jurnal mantik penusa, 1 (2), (2017), 18-19.

² Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 57

³ Ibid., 58.

tambah bagi perusahaan.⁴ Ditinjau lebih dekat, pengertian produksi dapat dilihat dua perspektif, yaitu:

- a. Pengertian produksi dalam arti sempit, yaitu mengubah bentuk suatu barang produksi menjadi dagangan baru, ini menimbulkan *form utility*.
- b. Pengertian produksi dalam arti luas, yaitu upaya untuk menghasilkan nilai melalui faktor lokasi, waktu, dan kepemilikan.

Berdasarkan konsep, produksi merupakan usaha menghasilkan sesuatu, baik berupa barang, seperti sandang, sepatu makanan, maupun jasa seperti, pengobatan, urut, potong rambut, hiburan, manajemen). Produksi dalam istilah sehari-hari dapat disimpulkan meliputi pengolahan input, baik berupa barang atau jasa, menjadi output berupa barang atau jasa yang lebih bernilai atau lebih bermanfaat.

Teori produksi adalah prinsip ilmiah dalam melakukan produksi, yang meliputi:⁵

- a. Bagaimana memilih kombinasi penggunaan input untuk menghasilkan output dengan produktivitas dan efisiensi tinggi.
- b. Bagaimana menentukan tingkat output yang optimal untuk tingkat penggunaan input tertentu.
- c. Bagaimana memilih teknologi yang tepat sesuai dengan kondisi perusahaan.

⁴ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 59

⁵ Widi Setiawati, "Perilaku Produksi. Pengusaha Batik di desa Simbang Wetan kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan (Tinjauan Etika Produksi Islam)", (Pekalongan: IAIN Pekalongan, 2019), 78

Produksi menurut ajaran Islam adalah sarana untuk memperoleh penghasilan sendiri. Peralnya, segala sesuatu di dunia ini bisa menjadi sumber pangan jika manusia mau. Produksi juga merupakan pekerjaan yang dilakukan sesuai dengan kemampuan seseorang dan kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan sumber penghasilan. Aktivitas produksi ialah suatu penambahan kegunaan barang, yang dapat diwujudkan jika suatu barang bertambah, baik dengan cara memberikan manfaat yang benar-benar baru maupun manfaat yang melebihi manfaat yang telah ada sebelumnya.⁶ Pengertian produksi islam menurut beberapa ahli:

a. Rozalinda

Produksi ialah usaha manusia yang menghasilkan barang dan jasa kemudian diambil manfaatnya oleh konsumen.⁷ Proses yang melalui dari input maupun output dan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen

b. M.A. Mannan

Prinsip yang harus selalu dicermati ketika dalam proses produksi meliputi prinsip kesejahteraan ekonomi. Keunikan konsep islam mengenai kesejahteraan ekonomi terpacu pada pertimbangan kesejahteraan umum yang lebih luas yang lebih menekankan persoalan moral, pendidikan, agama dan persoalan lainnya.

⁶ Niken Lestari dan Sulis Setianingsih, "Analisis Produksi dalam Perspektif ekonomi islam (studi terhadap produsen gnteng di Muktisari, Kebumen, Jawa Tengah)", Ilmu Ekonomi Islam, (03 April, 2023), 36.

⁷ Rozalinda, "Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi", (Jakarta: Raja Grafindo Persadam, 2014), 111.

c. M. Nejatullah Siddiqi

Mendefinisikan bahwa produksi sebagai kegiatan penyediaan barang dan jasa yang memperhatikan nilai keadilan dan kesejahteraan (*maslahah*) bagi masyarakat. Produsen telah bertindak adil dan membawa kebajikan bagi masyarakat sehingga ia bertindak secara islami menurut pandangannya.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa produksi dalam islam ialah suatu proses mencari, memanfaatkan dan mengolah sumber daya yang telah ada untuk digunakan sebagai kebutuhan masyarakat sebagai konsumen serta dapat meningkatkan dan memberi kemanfaatan bagi manusia. Hal ini tentu berbeda dengan produksi dalam konvensional, dimana dalam produksi secara konvensional hanya menekankan keuntungan.

2. Faktor – faktor Produksi dalam Islam

Beberapa faktor proses produksi yang terdapat dalam islam, sebagai berikut :

a. Tanah

Tanah adalah faktor yang penting mencakup sumber daya alam yang didapat dan menghasilkan suatu hasil ketika telah diproduksi. Tanah juga sebagai faktor produksi atas kemanfaatannya sehingga dapat menimbulkan kesejahteraan ekonomi rakyat, dimana kesejahteraan itu

tetap memperhatikan prinsip-prinsip dasar etika ekonomi islam⁸. Al-Qur'an dan hadits dalam hal ini banyak menekankan pada pengelolaan tanah dengan baik karena tidak dipungkiri dapat terjadinya sumber daya alam yang dapat habis.⁹ Islam menganjurkan umatnya untuk menggunakan sumber daya alam secara seimbang dan tidak mengharuskan mereka berbuat sesuka hati, karena hal ini dapat membahayakan umat manusia.

b. Tenaga kerja

Faktor tenaga kerja dalam produksi adalah usaha manusia dalam bentuk kerja mental untuk menghasilkan barang dan jasa ekonomi yang diperlukan bagi masyarakat. Tenaga kerja ialah segala usaha yang dilakukan oleh fisik atau pikiran untuk memperoleh imbalan yang sesuai.¹⁰ Tenaga kerja juga salah satu pokok faktor produksi yang memegang peranan penting, karena seluruh sumber daya alam tidak ada gunanya bila tidak dimanfaatkan oleh manusia dan diolah oleh pekerja.

c. Modal

Modal merupakan salah sesuatu faktor produksi yang sangat krusial sebagai penunjang kegiatan produksi baik dari segi uang maupun barang atau alat yang dipakai dalam proses produksi., Produsen tanpa

⁸ Niken Lestari dan Sulis Setianingsih, “*Analisis Produksi dalam Perspektif ekonomi islam (studi terhadap produsen gnteng di Muktisari, Kebumen, Jawa Tengah)*”, Ilmu Ekonomi Islam, (03 April, 2023), 56.

⁹ Rozalinda, “*Ekonomi Islam*”, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2014), 111-115.

¹⁰ Niken Lestari dan Sulis Setianingsih, “*Analisis Produksi dalam Perspektif ekonomi islam (studi terhadap produsen gnteng di Muktisari, Kebumen, Jawa Tengah)*”, Ilmu Ekonomi Islam, (03 April, 2023),. 48.

adanya modal tidak akan bisa menjalankan pekerjaannya dengan baik yaitu menghasilkan barang atau jasa.¹¹ Ajaran islam menegaskan bahwa modal harus didapat tanpa adanya unsur riba dan hal yang bertentangan dengan kaidah ajaran islam.

d. Manajemen Produksi

Manajemen produksi meliputi mengatur, menertibkan, mengontrol, dan merencanakan segala kinerja dari proses produksi tersebut. Proses tersebut memang sangat tak terlihat namun justru sangat menentukan. Beberapa faktor produksi di atas tidak akan berjalan dengan baik ketika tidak ada manajemen yang baik, karena perannya sehubungan dengan yang dihasilkan dari proses produksi tersebut.

e. Bahan Baku

Produsen dalam mencari bahan baku yang baik harus memperhatikan dan memastikan penyedia bahan baku berjalan secara lancar agar tidak terhambat dalam aktivitas produksi. Aktivitas produksi dapat terhambat apabila pemasok bahan baku juga terganggu sehingga berdampak pada berkurangnya penghasilan.

3. Tujuan Produksi dalam Islam

Tujuan produksi yang utama sangat jelas, yakni pemenuhan manusia atas kebutuhan barang ataupun jasa dalam sehari-hari atau untuk masa yang mendatang. Barang dan jasa yang dihasilkan harus memiliki manfaat bagi

¹¹ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, “*Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syariah*”, (Jakarta: Kencana, 2014), . 120.

kehidupan islami, bukan sekedar memberikan kepuasan maksimum bagi konsumen dalam hal duniawi yang bersifat jangka pendek, namun harus ada jangka panjang yaitu tujuan *ukhrawi*, sarana untuk lebih mendekatkan kepada Allah sebagai pencipta seluruh alam semesta dengan beribadah dan tidak menyekutukannya dengan siapaun. Segala aktivitas manusia tidak ada nilai kemanfaatan apabila tanpa ada unsur ibadah (*ubudiyah*) kepada Allah SWT.

Pentingnya keadilan dan keseragaman dalam produksi (pemerataan produksi). Kegiatan produksi sebagai penyediaan barang dan jasa dengan memperhatikan nilai keadilan dan kebajikan/ kemanfaatan (*mashlahah*) bagi masyarakat. Sepanjang produsen telah bertindak adil dan membawa kebajikan bagi masyarakat maka ia telah bertindak islami.⁵⁸ Islam pada prinsipnya menekankan kegiatan produksi yang tidak hanyaberhenti pada fungsi ekonominya saja tetapi juga harus bisa sejalan dengan fungsi sosial, sehingga untuk mencapai fungsi sosial kegiatan produksi harus mencapai surplus.⁵⁹ Kegiatan produksi harus bergerak di atas dua garis optimalisasi melalui konsep tersebut. Tingkat optimal pertama adalah mengupayakan berfungsinya sumber daya insani ke arah pencapaian kondisi *full employment*, dimana semua orang bekerja dan menghasilkan suatu karya kecuali mereka yang udzur syar'i seperti sakit dan lumpuh. Optimalisasi yang kedua adalah memproduksi kebutuhan primer (*dharuriyyat*), sekunder (*hajiyyat*) dan tersier (*tahsiniyyat*) secara proporsional, sehingga tidak saja harus halal tetapi juga harus baik dan bermanfaat (*thayyib*)

Beberapa tujuan kegiatan produksi ini, diantara lain:

- a. Pemenuhan sarana kebutuhan manusia pada sehari hari.
- b. Menentukan kebutuhan masyarakat.
- c. Mempersiapkan untuk kebutuhan terhadap generasi penerusnya.
- d. Sebagai sarana kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah.

4. Kaidah-Kaidah Islam dalam Produksi

Manusia sebagai khalifah di bumi dituntun untuk memakmurkan apa yang telah Allah ciptakan dengan mengelola ilmu dan amal kebaikan. Perintah tersebutlah manusia dituntut melakukan sesuatu berdasarkan al-Quran dan al-Hadits, salah satunya kaidah islam dalam berproduksi. Kaidah-kaidah tersebut antara lain adalah:

- a. Memproduksi barang dan jasa yang *halalan Thoyyiban* pada setiap tahapan produksi.
- b. Mencegah kerusakan di muka bumi dengan melestarikan dan menjaga ketersediaan sumber daya alam agar tetap dapat digunakan.
- c. Menghindari jenis dan proses produksi yang diharamkan oleh islam.

B. Loyalitas Pelanggan

1. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan seringkali dikaitkan dengan perilaku pembelian berulang. Keduanya memang berhubungan, namun sebenarnya berbeda. Loyalitas dalam konteks merek mencerminkan keterikatan psikologis terhadap merek tertentu, sedangkan perilaku pembelian ulang hanya

melibatkan pembelian merek tertentu yang sama berulang kali.¹² Pendapat lain mengemukakan loyalitas pelanggan yaitu orang yang membeli, terutama yang membeli secara rutin dan berulang-ulang.

Definisi Loyalitas mencakup komitmen mendalam untuk membeli atau membeli kembali preferensi produk atau layanan di masa depan, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set merek yang sama, walaupun ada keterlibatan faktor situasional yang dapat mendorong konsumen untuk beralih. Loyalitas konsumen merupakan suatu keadaan dimana seorang konsumen mempunyai sikap positif terhadap produk / jasa dengan pembelian berulang yang konsisten.¹³ Loyalitas pelanggan memegang peranan penting dalam perusahaan, mempertahankannya berarti meningkatkan kinerja keuangan dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama mengapa bisnis menarik dan mempertahankan pelanggan.

Loyalitas pelanggan berbasis sarana mencakup pembelian berulang, pembelian lintas lini produk atau layanan, rujukan kepada pihak lain, dan kemampuan untuk menangani tekanan persaingan.¹⁴ Konsep ini mencakup kemungkinan perpanjangan kontrak layanan di masa depan, besar

¹² Anggita P.I. , *Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Pt. Gemilang Libra Logistics, Kota Surabaya)*. (Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. 2015),. 65

¹³ Aris I. , *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)*. (Prodi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta. 2015).77

¹⁴ Gita Oktaviani, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pt.Gita Rifa Express (Studi Kasus Pengiriman Barang Daerah Batusangkar)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2019). 44

kemungkinan pelanggan memaparkan komentar positif, atau kemungkinan pelanggan mengutarakan pendapatnya.

Pelanggan tetap loyal terhadap merek tersebut dikarenakan tingginya hambatan beralih merek yang disebabkan faktor-faktor teknis, ekonomi atau psikologis. Pelanggan memungkinkan tetap loyal pada suatu merek karena puas terhadap produk atau penyedia merek tersebut dan ingin melanjutkan hubungannya dengan penyedia produk atau jasa tersebut. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang membeli kembali merek yang sama, hanya mempertimbangkan merek yang sama dan tidak pernah mencari informasi mengenai merek yang lain.

2. Indikator Loyalitas

Konsep pada loyalitas pelanggan dapat diukur dengan empat indikator yang mewakili sikap positif dan perilaku pembelian berulang.¹⁵

a. *Purchase Intention*

Purchase intention yaitu Keinginan terus-menerus pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk perusahaan yang sama di masa mendatang. Perilaku pelanggan yang loyal sebenarnya tercermin dari keinginan yang kuat untuk membeli kembali produk/jasa dari perusahaan yang sama.

b. *Word-of-mouth*

Word-of-mouth yang dimaksud adalah pelanggan mengatakan hal-hal yang baik tentang suatu perusahaan atau merekomendasikannya kepada

¹⁵ Ibid., 46

orang lain. Pelanggan dikatakan loyal jika jujur dalam menceritakan dan merekomendasikan kepada orang lain terkait produk yang dibeli. Loyalitas pelanggan akan meningkat seiring semakin banyak orang yang membicarakan produk perusahaan dan menyampaikan rekomendasinya kepada orang lain.

c. *Price Sensivity*

Price sensivity berarti pelanggan tidak terpengaruh oleh pesaing yang menawarkan harga lebih rendah atau menolak tawaran dari pesaing. Penawaran kompetitif mungkin mencakup suku bunga yang lebih tinggi, diskon, bonus, dll.

d. *Complaining Behavior*

Complaining behavior yang dimaksud adalah Hubungan yang harmonis dan bersahabat antara pelanggan dan perusahaan, dimana pelanggan tidak merasa risih dan tidak segan-segan untuk menyampaikan keluhan atau kekhawatirannya kepada perusahaan di kemudian hari.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas

Pelanggan Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut :¹⁶

- a. Kepuasan (*Satisfaction*). Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dengan apa diterima atau dirasakannya.
- b. Ikatan emosi (*Emotional bonding*). Konsumen dapat dipengaruhi oleh sebuah merek yang mempunyai daya tarik yang unik dan merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen sehingga memungkinkan konsumen untuk mengidentifikasi merek. Ikatan yang dihasilkan merek terjadi ketika konsumen merasakan hubungan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama.
- c. Kepercayaan (*Trust*). Kesiapan seseorang untuk memenuhi dan menjalankan peran tertentu karena kepercayaannya terhadap perusahaan atau sebuah merek.
- d. Kemudahan (*Choice reduction and habit*). Konsumen akan merasa lebih aman terhadap produk dan merek berkualitas tinggi ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Loyalitas konsumen seperti langganan produk secara teratur dapat didasarkan pada pengalaman yang terakumulasi setiap saat.

¹⁶ Gita Oktaviani, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas. Pada Jasa Pt.Gita Rifa Express (Studi Kasus Pengiriman Barang Daerah Batusangkar)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2019), 50.

- e. Pengalaman dengan perusahaan (*History with company*). Pengalaman seseorang dengan suatu perusahaan dapat memengaruhi perilaku. Mendapatkan layanan yang baik dari sebuah perusahaan akan mendorong mereka selaku pelanggan bertindak dengan cara yang sama terhadap perusahaan.
 - f. Perhatian (*caring*), suatu perusahaan harus mampu mengenali dan mengatasi segala kebutuhan, keinginan, dan permasalahan pelanggannya. Pelanggan akan menjadi puas apabila diperhatikan perusahaan, dan akan melakukan transaksi berulang kali dengan perusahaan, pada akhirnya menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan.
 - g. Perlindungan (*length of patronage*), perusahaan harus mampu menawarkan perlindungan kepada pelanggannya, baik dalam bentuk kualitas produk, pelayanan, keluhan maupun dukungan purnajual. Pelanggan tidak perlu khawatir apabila perusahaan dalam melakukan negosiasi karena pelanggan merasa perusahaan memberikan perlindungan yang diperlukan.
4. Penerapan manajemen produksi¹⁷
- a Perencanaan (*planning*) adalah memutuskan segala sesuatunya sebelum melaksanakan suatu kegiatan. Fungsi perencanaan melibatkan

¹⁷ Nurul Fitri, "Analisis Manajemen Produksi Tahu dalam Mempertahankan loyalitas Pelanggan pada Pabrik Tahu Pak Mkasu Blitar", *JIIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)* (eISSN: 2614-8854), Volume 5, Nomor 7, (Juli 2022), 2173

pemilihan berbagai alternatif tujuan, strategi, kebijaksanaan, dan taktik untuk diterapkan.

b Pengorganisasian (*organizing*) merupakan terciptanya hubungan antar fungsi, personel, dan unsur fisik agar kegiatan yang dilakukan dengan fokus dan terarah pada pencapaian tujuan bersama.

c Pergerakan (*actuating*) adalah bagian penting dalam proses organisasi. Pergerakan adalah suatu tindakan yang mengharuskan para anggota suatu kelompok bekerja sama dengan itikad baik untuk mencapai tujuan sesuai dengan rencana dan organisasinya masing-masing.

d Pengendalian (*controlling*) adalah instruksi pengawasan yang diberikan kepada pelaksana untuk memastikan bahwa tindakan yang diambil tidak menyimpang dari rencana.

Kerangka konsep di atas telah memaparkan adanya efektivitas manajemen produksi yang baik melalui penerapan fungsi-fungsi manajemen untuk menciptakan loyalitas pelanggan pabrik stik tahu Jelita.