

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Produsen

1. Pengertian Perilaku Produksi

Menurut bahasa, perilaku berarti tingkah laku, perbuatan, sikap.¹ Perilaku produksi merupakan bagian penting dalam kegiatan perekonomian, namun pelaku produksi adalah produsen. Produsen adalah pihak yang kegiatannya menghasilkan keluaran, misalnya barang atau jasa, yang dijual kepada konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan. Kegiatan produksi melibatkan proses perubahan bentuk atau nilai guna suatu barang atau jasa, dan ketika proses itu selesai, muncullah barang atau jasa yang dapat dijual atau dipasarkan kepada konsumen atau distributor. Disalurkan langsung dari produsen ke konsumen.

Teori perilaku produsen merupakan teori yang membahas tentang bagaimana produsen memanfaatkan sumber daya yang ada untuk memperoleh keuntungan yang optimal.² Meski mungkin terdapat motif lain, namun asumsi bahwa motif utama produsen adalah mengejar keuntungan material (uang) sebesar-besarnya dalam perekonomian konvensional sangat dominan. Produsen adalah pencari keuntungan sekaligus pemaksimal keuntungan. Dalam perspektif ekonomi Islam, motivasi produsen harus konsisten dengan tujuan produksi dan tujuan hidup produsen itu

¹ Yasin Sucilchan, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Jakarta: CV Putra Kary, 2004), 274.

² Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 101.

sendiri. Jika tujuan produksi adalah untuk memenuhi kebutuhan material dan spiritual untuk menciptakan masalah, maka motif produsen tentu saja untuk mencari masalah, yang juga sejalan dengan tujuan hidup umat Islam.³

Dalam Islam, produsen muslim tidak diperbolehkan merugikan atau menzalimi diri sendiri atau pihak lain atas produk yang dibuatnya. Siapa pun yang berani memproduksi produk haram atau terlarang juga akan dianggap sebagai pengguna. Dalam Islam, menciptakan sesuatu yang pada akhirnya mencoreng jati diri seseorang, merendahkan keimanan, menciptakan sesuatu yang sia-sia, menjauhkan diri dari kebenaran, atau merugikan orang lain jelas dilarang. Hal ini mendekatkan diri dengan orang lain, mendekatkan diri dengan dunia, dan menjauhkan diri dari akhirat. Produsen seperti itu sama sekali tidak mau memiirkan hala atau haram., tapi yang mereka inginkan hanyalah keuntungan.⁴

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi produksi

- a. *Man* (manusia) tenaga kerja, adalah orang-orang yang bekerja pada suatu perusahaan, mulai dari manajer, supervisor, tenaga penjualan, buruh, dan karyawan lainnya, Karena manusialah yang menetapkan tujuan dan berusaha mencapainya, maka manusialah yang menjadi unsur paling menentukan dalam manajemen produksi karena pada dasarnya manusia adalah makhluk yang bekerja. Seperti dalam hal produksi manusia

³ Ibid., 228.

⁴ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Prespektif Islam* (Yogyakarta: BPFE,2013), 231.

yang dimaksud adalah kita sebagai pemilik usaha, ketika usaha berkembang maka kita harus merekrut tim untuk membantu produksi.

- b. *Money* atau modal adalah dana yang diperlukan juga sebagai penunjang penting dalam suatu produksi guna untuk membiayai operasi produksi dalam pembuatan bisnis. Investasi oleh pemilik atau pemegang saham, pinjaman bank atau laba ditahan perusahaan untuk membeli bahan baku, membayar karyawan, membeli mesin dan membangun pabrik baru. Sebelum memulai produksi, kita membuat daftar kebutuhan tentang apa saja yang dibutuhkan, kemudian disesuaikan dengan budget yang kita punyai, sehingga keuangan akan berjalan dengan semestinya.⁵
- c. *Material* (bahan), dalam dunia bisnis untuk mencapai hasil yang baik, maka diperlukan kombinasi manusia yang ahli pada bidangnya dengan suatu bahan yang bagus. Materi dan manusia tidak dapat dipisahkan, karena tanpa adanya materi maka tidak akan mencapai hasil yang di inginkan. Bahan baku disini merupakan bahan baku yang terdiri dari bahan mentah, bahan setengah jadi, dan bahan jadi, Hal ini mengacu pada bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatannya. Ini mungkin sumber daya alam, seperti lahan pertanian, atau lingkungan industri, seperti bahan mentah atau komponen lain

⁵ Store sirclo.co, “6M Dalam Wirausaha Untuk Membangun Sistem Manajemen”, <https://store.sirclo.com/blog/6m-dalam-wirausaha/>, 14 Juli 2023 pukul 14.11.

yang diproses secara langsung dalam proses manufaktur. Bahan baku yang digunakan dalam suatu produksi harus bahan yang berkualitas baik, dan halal.

- d. *Machine* atau mesin, merupakan bahan, tetapi disebut bahan tidak langsung karena digunakan untuk mengolah sesuatu bukan mengolahnya, seperti bangunan, peralatan produksi dan mesin produksi. Dalam dunia usaha, mesin sangat dibutuhkan, karena dengan adanya mesin dapat membantu kinerja manusia dalam suatu produksi. Mesin yang digunakan harus benar-benar terjaga kebersihannya, sehingga kualitas produk akan tetap terjaga.⁶
- e. *Methode* atau cara pengolahan merupakan langkah-langkah yang memudahkan pekerjaan, dan cara yang digunakan didasarkan pada kebutuhan bisnis. Saat memutuskan suatu metode, perlu mempertimbangkan target, peralatan, waktu, biaya dll, jika metode tidak dilakukan secara kompeten, maka metode tersebut akan sia-sia. Sebagai pemilik usaha produksi harus menerapkan tahapan kerja dalam produksi yang dimana tahapan tersebut harus sesuai dengan prosedur yang ditentukan dan tidak membahayakan bagi yang mengkonsumsi. Cara pengolahan mulai dari awal hingga pengemasan yang baik untuk dikonsumsi yaitu tempat yang bersih dan nyaman.

⁶ Ibid

f. *Market* atau pemasaran merupakan tempat usaha menyebarluaskan informasi mengenai suatu produk, yang mana akan terjadi proses transaksi jual beli. Pemasaran produk memegang peranan yang sangat penting karena jika produk yang dihasilkan tidak laku di pasaran maka proses produksi produk akan terhenti. Artinya, proses kerja tidak lagi bisa berjalan. Dalam pemasaran target pasar sudah harus ditentukan karena untuk mempermudah proses penjualan, produsen dalam melakukan pemasaran harus dilakukan dengan tidak merugikan pihak lain, harga jual yang standar mengambil laba secukupnya.⁷

B. Sosiologi Ekonomi Islam

1. Pengertian Sosiologi Ekonomi Islam

a. Pengertian Sosiologi

Menurut David B Brinkerhoft dan Lynn K White, sosiologi adalah ilmu yang membahas tentang interaksi sosial manusia yang berfokus pada hubungan dan pola interaksi, yaitu bagaimana pola tersebut tumbuh kembang, bagaimana mereka dipertahankan dan juga bagaimana mereka berubah.⁸

b. Pengertian Ekonomi

Ekonomi merupakan kata yang diadaptasi dari kata bahasa Inggris *economy*. Sedangkan kata ekonomi sendiri berasal dari bahasa Yunani *oikonomike* yang berarti pengelolaan rumah

⁷ Ibid

⁸ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2009), 2-5.

tangga. Yang dimaksud dengan ilmu ekonomi sebagai pengelola rumah tangga adalah upaya mengambil dan melaksanakan keputusan mengenai alokasi sumber daya rumah tangga yang terbatas di kalangan anggota, dengan mempertimbangkan kemampuan, usaha, dan keinginan masing-masing anggota.

c. Sosiologi Ekonomi Islam

Konsep sosiologi ekonomi Islam dapat dijelaskan dalam dua pengertian. Salah satunya adalah ekonomi Islam dari sudut pandang sosiologi, yang mempelajari hubungan antar masyarakat tempat terjadinya interaksi sosial dan ekonomi. Hubungan ini menunjukkan bagaimana masyarakat mempengaruhi perekonomian. Hal sebaliknya juga terjadi, begitu pula dampak perekonomian terhadap masyarakat. Dengan memahami konsep masyarakat ini, sosiologi ekonomi mempelajari masyarakat di mana terdapat interaksi sosial dalam kaitannya dengan perekonomian. Masyarakat mengarahkan individu untuk melakukan aktivitas ekonomi, seperti apa yang dapat mereka produksi, bagaimana mereka harus memproduksinya, dan di mana mereka harus memproduksinya. Tuntutan tersebut biasanya bersumber dari budaya, seperti hukum atau agama. Misalnya dalam Islam, masyarakat diperbolehkan memelihara sapi karena dianggap

makanan halal. Namun jika seorang muslim beternak babi maka perbuatan tersebut dianggap haram.

Kedua, sosiologi ekonomi diartikan sebagai pendekatan sosiologi yang diterapkan pada fenomena ekonomi. Ada dua hal yang perlu dijelaskan dari definisi ini: pendekatan sosiologis dan fenomena ekonomi. Pendekatan sosiologi mengacu pada konsep, variabel, teori, dan metode yang digunakan dalam sosiologi untuk memahami realitas sosial, termasuk kompleksitas kegiatan yang berkaitan dengan perekonomian, seperti produksi, konsumsi, dan distribusi. Fenomena ekonomi, sebaliknya, merupakan indikasi bagaimana seseorang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidupnya akan jasa dan barang yang ingin dipenuhinya.⁹

Kuntowijoyo menyebut ilmu-ilmu sosial termasuk dalam sosiologi, yaitu ilmu yang memuat nilai-nilai islam dan bersifat bias, ilmu-ilmu profetik. Ilmu profetik merupakan gagasan yang dikemukakan kuntowijoyo dari analisis ayat dari QS Ali Imran ayat 110 yang berbunyi:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۗ
مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

⁹ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2009), 9-17.

Artinya : "Kamu adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah" (Q.S. Al-Imran(3) :110)

Ayat ini memuat konsep-konsep penting seperti konsep umat terhebat, aktivitas sejarah, pentingnya pengakuan, dan etika profetik. Oleh karena itu, ilmu sosial profetik dibangun di atas pilar-pilar berikut: Pertama *Amar ma'ruf* (emansipasi), kedua, *Nahi-munkar* (liberasi), dan ketiga, *Tu'minuna billah* (transendensi) sebagai kesatuan.¹⁰

2. Konsep Tindakan Ekonomi dalam Sosiologi

Seperti halnya dengan ilmu ekonomi konvensional, ilmu ekonomi Islam juga memperlihatkan permasalahan sentral yang sama dalam menjelaskan konsep aktivitas dan perilaku ekonomi. Pelaku (pelaku, pedagang) bertindak dan berperilaku berdasarkan rasionalitas dan nilai-nilai kemanfaatan (utilitarianisme). Prinsip-prinsip tersebut digunakan untuk menjelaskan transaksi dan hubungan ekonomi yang dilandasi individualisme, yaitu motif manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi didasarkan pada kepentingan pribadi.

Konsep fungsi utilitas (kepuasan) ditentukan oleh prinsip rasionalitas. Sebagaimana dikemukakan Max Weber, rasionalitas adalah suatu konsep budaya yang diartikan sebagai perilaku ekonomi yang didasarkan pada perhitungan yang cermat yang bertujuan untuk melihat ke depan dan mempersiapkan keberhasilan ekonomi. Dalam

¹⁰ Muhammad Fachrur Rozi, Sosiologi Ekonomi Islam (Purworejo: StIEF-IPMAFA, 2016), 17.

ilmu ekonomi Islam, prinsip rasionalitas diperluas cakupannya dengan memasukkan pertimbangan-pertimbangan syariat seperti halal-haram, mashlaha-mudarat, dan lain-lain dalam menentukan serangkaian pilihan.

Dalam istilah Islam, setiap pembahasan tentang manusia (dan tindakannya) selalu dilihat dalam konteks tiga realitas mendasar yang relevan: Tuhan, manusia, dan alam. Hakikat prinsip dasar hubungan ini adalah bahwa Tuhan adalah pencipta (*khalik*) dari dua realitas lainnya (*makhluk*). Hal ini mengacu pada konsep tindakan ekonomi dengan memandang pelaku sebagai entitas yang dibangun secara sosial, dan disebut dengan "*amal al-iktisidi*" atau "*al-iktisidiyat*", yakni *amal* (tindakan, perbuatan) yang mengacu pada konsep tindakan ekonomi dengan memandang aktor sebagai entitas yang dikonstruksi secara sosial. "*Amal*" merupakan konsep sosiologi karena dipandang dalam kerangka *hablum minannas* (hubungan antar manusia, interaksi sosial) di mana para aktor menyadari nilai, motif, dan niatnya karena hal itu akan terjadi."

'*Amal* adalah konsep sosiologis dalam kerangka interaksi sosial yang berkaitan dalam interaksi *ilahiyyatnya*. Oleh karena itu , sebagai wujud ibadah dalam konteks *hablun min Allah*, shalat diperintahkan kepada setiap individu agar manusia dapat mencegah perbuatan diluar batas keadilan dan melindungi dirinya dari tindakan diluar batas keadilan. Dengan demikian dari sudut pandang sosiologi (penuh nilai-nilai islam) perbuatan ekonomi (*amaliqtishadiy*) adalah

perbuatan yang berdasarkan pada kesadaran ketuhanan (iman) dan *insaniyat* (kemanusiaan). Kedua bentuk kognisi ini merupakan kognisi aktif yang mendasari dan membentuk perilaku ekonomi pelaku.¹¹

3. Etika Sosiologi Ekonomi Dalam Islam

Dalam melakukan interaksi sosial harus ada etika yang harus ditegakkan dalam interaksi sosial untuk memastikan bahwa interaksi tersebut harmonis, bermanfaat, dan tidak terputus. Dalam hal ini Islam menjelaskan beberapa etika seperti:

- a. Tidak boleh saling memfitnah. Ajaran Islam melarang tindakan pencemaran nama baik karena bertentangan dengan kenyataan. Berbagai bentuk pencemaran nama baik banyak dijumpai dalam kehidupan bermasyarakat, seperti pencemaran nama baik terhadap harta benda, anak, keluarga, dan status, namun bagi sebagian orang perilaku ini pun sangat sulit untuk dihindari. Dari sudut pandang sosial, fitnah sangat merugikan orang lain, dampaknya dapat menimbulkan permusuhan, kebencian, dendam, dan putusnya hubungan persahabatan. Dari sudut pandang ekonomi, pencemaran nama baik biasanya dikaitkan dengan persaingan usaha dan nantinya dapat mengakibatkan kerugian bagi mitra dagang.
- b. Tidak diperbolehkan menghina atau menghujat sesama Muslim. Saat ini, perilaku tersebut sangat mudah terlihat dalam

¹¹Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo: StIEF-IPMAFA, 2016), 28-38.

kehidupan bermasyarakat. Masyarakat mudah tersinggung, terhina dan menghujat tanpa alasan yang jelas. Dampaknya sering timbul permusuhan, kebencian, bahkan pertengkaran antar umat Islam, yang pada akhirnya memecah belah ukhwah Islamiyah.

- c. Bersikap jujur dan adil
- d. Bersifat tawaduk atau kerendahan hati. Salah satu sikap yang berkembang dalam pergaulan sosial adalah kesombongan tidak dibenarkan karena keinginan, kedudukan, atau status sosial seseorang.¹²
- e. Berakhlak mulia. Bustanuddin Agus menyampaikan, manusia yang berakhlak mulia akan mengantarkan negara menjadi negara yang baik dan disegani dalam pergaulan internasional. Namun apabila suatu masyarakat atau suatu bangsa tidak mempunyai akhlak yang luhur, maka bangsa tersebut akan terhina dan binasa. Perbuatan dan moral harus merupakan tindakan nyata, bukan sekedar ekspresi. Terkait dengan masalah akhlak, Bapak Asmaran menyampaikan bahwa akhlak yang tinggi adalah asas kesejahteraan, keserasian, keselarasan dan keseimbangan dalam hubungan antar manusia, baik secara pribadi maupun dengan lingkungan.¹³

¹²Dina Candra Nurani, "Perilaku Pedagang Buah Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam" (Skripsi IAIN Kediri, 2018), 28-29.

¹³ Ibid, 29.

4. Hubungan Ekonomi dan masyarakat menurut Sosiologi Ekonomi

Penelitian para ekonom berfokus pada pertukaran ekonomi, pasar, dan perekonomian. Masyarakat dapat dilihat sebagai sesuatu yang berada “di luar” dan sekaligus sesuatu yang sudah ada. Sebaliknya, sosiologi memandang ekonomi sebagai bagian integral dari masyarakat. Oleh karena itu, para sosiolog tidak terbiasa memandang realitas dengan menerapkan paribus terhadap faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi realitas sosial. Namun para sosiolog justru terbiasa melihat realitas secara holistik dan melihatnya saling berhubungan di antara berbagai elemennya. Dengan demikian, sosiologi ekonomi selalu memuatkan perhatian pada:

- a. Analisis sosiologi terhadap proses ekonomi, misalnya proses pembentukan harga antar pelaku ekonomi, proses pembentukan kepercayaan dalam kegiatan ekonomi, atau proses konflik dalam kegiatan ekonomi.
- b. Menganalisis hubungan dan interaksi antara perekonomian dengan institusi sosial lainnya, seperti hubungan antara ekonomi dan agama, pendidikan, kelas sosial, demokrasi, dan politik.
- c. Penelitian mengenai perubahan institusi dan parameter budaya yang melatarbelakangi landasan perekonomian masyarakat.

Misalnya saja, jiwa wirausaha santri di pesantren, modal budaya masyarakat nelayan, dan etos kerja para penambang.¹⁴

¹⁴ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2019), 46-47.