

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Produsen

1. Pengertian Produksi

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghasilkan suatu produk baik barang, maupun jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen.¹ Pada saat kebutuhan manusia masih sedikit dan sederhana, kegiatan produksi dan konsumsi sering kali dilakukan sendiri, yaitu seseorang memproduksi untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Namun, seiring dengan semakin beragamnya kebutuhan dan keterbatasan sumber daya, maka seseorang tidak dapat lagi memproduksi sendiri barang dan jasa yang dibutuhkannya, sehingga ia membutuhkan pihak lain untuk memproduksi apa yang menjadi kebutuhan tersebut. Secara teknis produksi dapat diartikan sebagai suatu proses mentransformasi input menjadi output, tetapi definisi produksi dalam ilmu ekonomi mencakup tujuan kegiatan menghasilkan output serta karakter yang melekat padanya.²

Produksi berarti memenuhi semua kebutuhan melalui kegiatan bisnis karena salah satu tujuan utama bisnis adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (*needs and wants*) manusia. Untuk dapat mempertahankan

¹ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 185.

² Nur Rianto, *Teori Mikroekonomi* (Jakarta : Kencana Predana Media Group, 2010), 148.

hidupnya, manusia membutuhkan makan, minum, pakaian dan perlindungan yang harus dipenuhi. Salah satu yang dilakukan dalam proses produksi adalah menambah nilai guna suatu barang atau jasa. Dalam kegiatan menambah nilai guna barang atau jasa ini, dikenal lima jenis kegunaan, yaitu :³

a. Guna bentuk

Yang dimaksud dengan guna bentuk yaitu, di dalam melakukan proses produksi, kegiatannya adalah mengubah bentuk suatu barang sehingga barang tersebut mempunyai nilai ekonomis. Contohnya: kayu yang diubah menjadi mebel berupa kursi, meja, maupun bentuk lainnya.

b. Guna jasa

Guna jasa adalah kegiatan produksi yang memberikan pelayanan jasa. Contohnya: tukang becak, pangkas rambut, dan pekerjaan lain-lainnya yang memberikan pelayanan jasa.

c. Guna tempat

Guna tempat adalah kegiatan produksi yang memanfaatkan tempat-tempat di mana suatu barang memiliki nilai ekonomis. Contohnya pengangkutan pasir dari tempat yang pasirnya melimpah ke tempat di mana orang membutuhkan pasir tersebut.

³ Rianto, *Teori Mikro.*, 149-150.

d. Guna milik

Guna milik adalah kegiatan produksi yang memanfaatkan waktu tertentu. Misalnya: pembelian beras yang dilakukan oleh Bulog pada saat musim panen, dan dijual kembali pada saat masyarakat membutuhkan.

Para ahli ekonomi mendefinisikan produksi sebagai “menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan”. Kekayaan alam ini meliputi kekayaan fauna dan flora. Dua hal ini dalam konteks ekonomi disebut dengan sumber daya alam. Di dalam proses produksi akan melibatkan berbagai jenis sumber daya, sebagai masukan dalam proses produksi, diantaranya adalah : material, modal, informasi, energi maupun tenaga kerja.

Fungsi produksi dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan atau pengadaan atas barang atau jasa. Transformasi yang dilakukan dalam kegiatan produksi adalah menambah nilai tambah (*value added*).⁴ Untuk menghasilkan output produk yang baik, diperlukan input yang baik pula. Faktor produksi sangat mempengaruhi akan hasil yang dijadikan sumber bisnis. Mengenali dan mengerti faktor produksi mampu mengatasi resiko, faktor produksi merupakan kunci untuk membuat kualitas produk yang lebih baik dari kompetitor. Berikut 6M faktor produksi :

⁴ Muhammad, *Etika Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta : BPFY Yogyakarta, 2004), 79-80.

- a. *Man* atau tenaga kerja, mengacu pada orang-orang yang bekerja untuk bisnis, dari manajer sampai supervisor, wiraniaga, buruh, dan karyawan lainnya.
- b. *Money* atau modal, merupakan dana yang diperlukan untuk membiayai operasi bisnis. Investasi oleh pemilik atau pemegang saham, pinjaman bank atau keuntungan yang ditahan perusahaan digunakan untuk membeli bahan baku, menggaji pegawai, membeli mesin dan membangun pabrik baru.
- c. *Material*, mengacu pada bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Dapat berupa Sumber Daya Alam, seperti tanah pertanian atau dalam konteks industri seperti bahan mentah dan komponen lain yang langsung diolah dalam proses manufaktur.
- d. *Machine* atau mesin, juga merupakan material namun disebut material tidak langsung karena tidak diolah namun digunakan untuk mengolah. Contohnya seperti bangunan, perlengkapan produksi dan mesin manufakturing.
- e. *Method* atau metode adalah bagaimana produksi itu dilaksanakan. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*Utility*) suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada.
- f. *Market* atau Pemasaran produk mempunyai peranan yang sangat penting karena apabila barang yang diproduksi tidak laku di pasaran,

proses produksi barang akan berhenti. Artinya, proses kerja pun tidak akan dapat berlangsung.

2. Pengertian Perilaku Produsen

Menurut bahasa, perilaku berarti kelakuan, perbuatan, sikap, dan tingkah.⁵ Perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah :

a. Faktor eksternal.

Seringkali para eksekutif perusahaan dihadapkan pada suatu dilema yang menekannya. Seperti halnya harus mengejar kuota penjualan, menekankan ongkos-ongkos, meningkatkan efisiensi dan bersaing. Di pihak lain eksekutif perusahaan juga harus bertanggung jawab terhadap masyarakat agar kualitas barang terjaga, harga barang terjangkau. Eksekutif perusahaan harus pandai mengambil keputusan etis yang tidak merugikan perusahaan maupun masyarakat atau konsumen.

b. Faktor organisasi

Secara umum, anggota organisasi itu sendiri saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya (proses interaktif). Di lain pihak organisasi terhadap individu harus tetap berperilaku etis, misalnya dalam masalah pengupahan, jam kerja maksimum.

c. Faktor individual

⁵ Yasin Sulchan, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Jakarta : Putra Karya, 2004), 274.

Seseorang yang memiliki filosofi moral, dalam bekerja dan berinteraksi dengan sesama akan berperilaku etis. Prinsip-prinsip yang diterima secara umum dapat dipelajari atau diperoleh dari hasil interaksi dengan teman, keluarga, kenalan.

Perilaku produksi merupakan bagian penting dalam kegiatan ekonomi. Pelaku dari produksi adalah produsen, produsen adalah seseorang atau kelompok orang maupun badan usaha yang menghasilkan output dalam bentuk atau perubahan nilai guna barang atau jasa yang bisa dijual atau dipasarkan kepada distributor untuk di distribusikan kepada konsumen akhir atau dari produsen langsung di distribusikan kepada konsumen. Teori perilaku produsen adalah teori yang membahas tentang bagaimana produsen mendayagunakan sumber daya yang ada agar diperoleh keuntungan optimal.⁶

Perilaku produsen adalah kegiatan pengaturan produksi sehingga produk yang dihasilkan bermutu tinggi sehingga bisa diterima masyarakat dan menghasilkan laba. Di dunia ini pasti ada orang yang baik dan jahat begitu pun dengan perilaku produsen ada yang baik dan buruk. Produsen yang baik adalah produsen yang melakukan kegiatan produksinya dengan jujur tidak mengganti barang-barangnya dengan yang tidak semestinya. Sedangkan produsen yang buruk adalah produsen yang melakukan kegiatan

⁶ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008), 101.

produksinya dengan tidak jujur, mengganti bahan produksi atau barang-barangnya dengan bahan yang tidak semestinya.⁷

Perilaku produsen dalam kegiatan produksi adalah sebagai berikut:

a. Perencanaan

Seorang produsen harus mempunyai rencana-rencana tentang tujuan dan apa yang sedang atau akan dicapai. Perencanaan yang baik harus memenuhi persyaratan berikut ini

- i. Faktual dan realistis: artinya apa yang dirumuskan sesuai fakta dan wajar untuk dicapai dalam kondisi tertentu yang dihadapi perusahaan.
- ii. Logis dan rasional: artinya apa yang dirumuskan dapat diterima oleh akal sehingga perencanaan dapat dijalankan.
- iii. Fleksibel: artinya perencanaan yang baik adalah yang tidak kaku yaitu dapat beradaptasi dengan perubahan di masa yang akan datang.
- iv. Komitmen: artinya perencanaan harus melahirkan komitmen terhadap seluruh isi perusahaan (karyawan dan pimpinan) untuk bersama-sama berupaya mewujudkan tujuan perusahaan.
- v. Komprehensif: artinya perencanaan harus menyeluruh dan mengakomodasi aspek-aspek yang terkait langsung terhadap perusahaan.

⁷Dwi Ulfasari, *Analisis Perilaku Produsen Batu Alam dalam Prespektif Produksi Islam* (Kediri : STAIN KEDIRI, 2017), 16.

b. Pengorganisasian

Produsen harus dapat mengatur keseluruhan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam pengorganisasian ini, rencana dilakukan dalam sebuah pembagian kerja yang terdapat kejelasan tentang bagaimana tujuan dan rencana akan dilaksanakan, dikoordinasikan dan dikomunikasikan.

Produsen harus dapat mengalokasikan keseluruhan sumberdaya yang ada (dimiliki) oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dan rencana perusahaan yang telah ditetapkan. Dalam pengorganisasian ini, rencana dan tujuan perusahaan diturunkan dalam sebuah pembagian kerja yang terdapat kejelasan tentang bagaimana rencana dan tujuan perusahaan akan dilaksanakan, dikoordinasikan ,dan dikomunikasikan.

c. Pengarahan

Langkah berikutnya yang harus dilakukan produsen adalah bagaimana keseluruhan rencana yang telah diorganisir tersebut dapat diimplementasikan. Agar rencana terwujud, produsen wajib mengarahkan dan membimbing anak buahnya.

d. Pengendalian

Produsen harus melakukan kontrol terhadap apa yang telah dilakukan. Hal ini terkait dengan pencapaian tujuan perusahaan. Karena, walaupun rencana yang sudah ada dapat diatur dan digerakkan

dengan jitu tetapi belum menjamin bahwa tujuan akan tercapai dengan sendirinya. Untuk itu perlu dilakukan pengendalian (kontrol) dan pengawasan dari produsen atau pengusaha (pimpinan) yang bersangkutan.⁸

Menurut Muslich, secara filosofis, aktivitas produsen dalam produksi meliputi :⁹

a. Produk apa yang dibuat

Terdapat dua pertimbangan yang mendasari pilihan jenis dan macam suatu produk yang akan diproduksi, ada kebutuhan yang harus dipenuhi masyarakat (primer, sekunder dan tersier) dan ada manfaat positif bagi perusahaan dan masyarakat (harus memenuhi kategori etis dan ekonomis).

b. Berapa kuantitas produk yang dibuat

Jumlah produksi dipengaruhi dua faktor yang meliputi intern dan ekstern. Faktor intern meliputi sarana dan prasarana yang harus dimiliki perusahaan, faktor modal, faktor sumber daya manusia, faktor sumber daya lainnya. Adapun faktor ekstern meliputi adanya jumlah kebutuhan masyarakat, kebutuhan ekonomi, *market share* yang dimasuki dan dikuasai, pembatasan hukum dan regulasi.

c. Mengapa produk tersebut dibuat

⁸ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada.)

⁹ Ibid.

- i. Alasan ekonomi
 - ii. Alasan sosial dan kemanusiaan
 - iii. Alasan politik
- d. Dimana produk tersebut dibuat
- i. Kemudahan memperoleh supplier bahan dan alat-alat produksi
 - ii. Murahannya sumber-sumber ekonomi
 - iii. Akses pasar yang efektif dan efisien
 - iv. Biaya-biaya lainnya yang efisien
- e. Kapan produk tersebut dibuat
- Penetapan waktu produksi, apakah akan mengatasi kebutuhan eksternal atau menunggu tingkat kesiapan perusahaan.
- f. Bagaimana memproduksinya.
- g. Siapa yang membuat
- Negara, kelompok masyarakat atau individu.

Untuk menghasilkan suatu produk dapat dilakukan melalui beberapa cara, metode dan tehnik yang berbeda-beda. Walaupun proses produksi sangat banyak, tetapi secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

- a. Proses produksi terus-menerus (*Continuous Process*)

Adalah suatu proses produksi dimana terdapat pola urutan yang pasti dan tidak berubah-ubah dalam pelaksanaan produksi yang

dilakukan dari perusahaan yang bersangkutan sejak dari bahan baku sampai menjadi bahan jadi.¹⁰

b. Proses produksi terputus-putus (*Intermiten Process*)

Adalah proses produksi dimana terdapat beberapa pola atau urutan pelaksanaan produksi dalam perusahaan yang bersangkutan sejak bahan baku sampai menjadi produksi akhir.¹¹

B. Sosiologi Ekonomi Islam

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral – moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi, harus merujuk kepada norma–norma moral yang terdapat pada masyarakat.¹² Perilaku dipengaruhi oleh sikap. Sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya.

Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya dengan perilaku konsumen, perilaku produsen atau pedagang tidak semata–mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya

¹⁰ Fitria Setiawati, *Analisis Pengendalian Proses Produksi Untuk Meningkatkan Kualitas Produk pada Perusahaan PT.Batik dan Liris Sukoharjo* (Surakarta: UMS, 2014), 11.

¹¹ Ibid., 13.

¹² Damsar, *Sosiologi Ekonomi*,41.

dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.¹³

1. Sosiologi Ekonomi

Sosiologi ekonomi adalah studi tentang bagaimana cara orang, kelompok atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka terhadap jasa dan barang langka, dengan menggunakan pendekatan sosiologi.¹⁴ Sosiologi menelaah gejala-gejala wajar dalam masyarakat seperti norma-norma, kelompok sosial, lapisan masyarakat, lembaga-lembaga kemasyarakatan, proses sosial, perubahan sosial dan kebudayaan, serta perwujudannya. Tidak semua gejala tersebut berlangsung secara normal sebagaimana dikehendaki masyarakat bersangkutan. Akan tetapi adakalanya menjadi gejala-gejala abnormal. Hal itu disebabkan karena unsur-unsur masyarakat tidak dapat berfungsi sebagaimana mestinya sehingga menyebabkan kekecewaan dan penderitaan. Gejala abnormal yang seperti demikian merupakan masalah sosial.¹⁵

Sosiologi ekonomi dapat didefinisikan dengan 2 cara. Pertama, sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat, yang didalamnya terjadi interaksi sosial

¹³ Wazin, *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim* (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten), *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 1 No. 1, 13.

¹⁴ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi* (Jakarta : Kharisna Putra Utama, 2013), 29.

¹⁵ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2013), 311.

dengan ekonomi. Dalam hubungan tersebut, dapat dilihat bagaimana masyarakat mempengaruhi ekonomi. Juga sebaliknya, bagaimana ekonomi mempengaruhi masyarakat. Kedua, sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai pendekatan sosiologis yang diterapkan pada fenomena ekonomi. Dari definisi ini terdapat dua hal yang harus dijelaskan, yaitu pendekatan sosiologis dan fenomena ekonomi.¹⁶

Sosiologi merupakan ilmu yang mempelajari tentang masyarakat. Namun sangat sukar untuk merumuskan suatu definisi yang dapat mengemukakan seluruh pengertian, sifat dan hakekat yang dimaksud dalam beberapa kata dan kalimat. Beberapa ahli merumuskan definisi sosiologi sebagai berikut :

- a. Hubungan dan pengaruh timbal balik antara aneka macam gejala-gejala sosial (misalnya antara gejala ekonomi dan agama keluarga, keluarga dengan moral, hukum dengan ekonomi, gerak masyarakat dengan politik dan lain sebagainya)
- b. Hubungan dan pengaruh timbal balik antara gejala sosial dengan gejala-gejala non sosial
- c. Ciri-ciri umum semua jenis gejala-gejala sosial

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sosiologi merupakan ilmu yang obyeknya adalah masyarakat, yang dilihat dari sudut hubungan antar manusia, dan proses yang timbul dari hubungan manusia di dalam masyarakat. Bentuk umum dari proses sosial tersebut adalah interaksi

¹⁶Damsar, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2016), 11

sosial, oleh karena interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia.¹⁷

2. Sosiologi Ekonomi Islam

Sebagai sebuah konsep, sosiologi ekonomi Islam dapat dipahami dalam dua arti: pertama, ekonomi Islam dalam prespektif sosiologi dan kedua, sosiologi ekonomi dalam prespektif Islam. Dalam arti yang pertama, sosiologi ekonomi Islam dipahami sebagai suatu kajian sosiologi yang mempelajari fenomena ekonomi, yakni gejala-gejala tentang bagaimana cara manusia memenuhi kebutuhan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sosiologi menyangkut kerangka acuan, variabel-variabel dan model-model yang digunakan para sosiologi dalam memahami dan menjelaskan realitas sosial, dalam hal ini adalah fenomena ekonomi, yang terjadi dalam masyarakat. Tulisan ini mengacu pada pengertian yang pertama, tetapi prespektif sosiologi yang dimaksud adalah sosiologi sebagai ilmu pengetahuan yang tidak bebas-nilai, melainkan justru yang sarat dengan memuat nilai, yakni nilai-nilai Islam. Suatu gagasan tentang ekonomi Islam yang dilihat dalam prespektif sosiologi yang sarat-nilai.

¹⁷Soekanto, *Sosiologi Suatu*,.367

Ilmu sosial yang sarat-nilai, termasuk di dalamnya sosiologi oleh Kuntowijoyo disebut ilmu sosial profetik adalah gagasan yang dilontarkan Kuntowijoyo dari analisis terhadap ayat :

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

Artinya:

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.”¹⁸

Dalam ayat tersebut terdapat kosep-konsep penting: konsep tentang umat terbaik, aktivisme sejarah, pentingnya kesadaran dan etika profetik. Karenanya, ilmu sosial profetik dibangun di atas pilar-pilar: pertama, *amar ma’ruf* (emansipasi), kedua *nahi-munkar* (liberasi), dan ketiga, *tu’minuna billah* (transendensi) sebagai satu kesatuan. Ilmu sosial adalah gabungan dari ketiganya, yang satu tidak terpisah dengan yang lainnya.¹⁹

Sebagai makhluk sosial, manusia dapat saling berinteraksi menjalin hubungan yang baik, saling menghormati dengan sesama, berkasih sayang sebagai fitrah diri manusia. Untuk mendapatkan kemuliaan dari Allah SWT

¹⁸ QS. Al-Imran (3) : 110.

¹⁹ Kuntowijoyo, *Ilmu Sosial Profetik, Etika Pengembangan Ilmu-Ilmu Sosial* (2000), 63-77.

selain menjalin hubungan baik dengan sesama manusia, seseorang haruslah menjaga hubungannya dengan Allah SWT. Sebagai suatu realitas sosial, fenomena ekonomi yang hendak dipahami atau dijelaskan adalah bukan fenomena ekonomi yang terjadi di sembarang tipe atau bentuk masyarakat, melainkan masyarakat yang memiliki ciri-ciri tertentu yang dikaitkan dengan Islam baik sebagai ajaran maupun sebagai fenomena keberagamaan di kalangan muslim, atau keterkaitan antara keduanya.

Dalam konteks ini, ekonomi Islam pada dasarnya adalah sosiologi ekonomi jika dikaitkan dengan pokok perhatian sosiologis ekonomi yang menganalisis hubungan antara ekonomi dan institusi lain dalam masyarakat, misalnya hubungan ekonomi dan agama atau jika dikaitkan dengan analisis tentang perubahan institusi dalam parameter budaya yang melatarbelakangi landasan ekonomi masyarakat, misalnya semangat kewirausahaan di kalangan komunitas muslim.²⁰

3. Konsep Tindakan Ekonomi

Seperti halnya dalam ekonomi konvensional, ekonomi Islam juga melihat inti masalah yang sama dalam menjelaskan konsep tindakan atau perilaku ekonomi. bahwa aktor (pelaku, agen) menadasar tindakan atau perilaku pada prinsip rasionalitas dan nilai kemanfaatan (*utilitarianisme*). Prinsip-prinsip ini yang digunakan dalam menjelaskan transaksi atau hubungan ekonomi yang dilandasi individualisme bahwa motif

²⁰ Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Pati: STIEF, 2016), 18.

manusia/pelaku dalam melakukan kegiatan ekonomi dilandasi oleh kepentingan individu.

Konsep *utility function* (tingkat kepuasan) ditetapkan melalui prinsip rasionalitas. Sebagaimana dikemukakan oleh Max Weber, rasionalitas merupakan konsep kultural yang ditafsirkan sebagai perilaku ekonomi yang dilandasi oleh “perhitungan yang cermat yang diarahkan pada pandangan ke depan dan persiapan terhadap keberhasilan ekonomi”. Perilaku ekonomi digerakkan oleh *self interest* yang dalam ekonomi modern hampir selalu ditafsirkan sebagai memperbanyak kekayaan dalam satuan tertentu nominal uang.

Dalam ekonomi Islam, prinsip rasionalitas mengalami perluasan spektrum, yakni dengan melibatkan pertimbangan-pertimbangan syariah (misalnya haral-haram, *maslahah-mudharatnya*) dalam menentukan seperangkat pilihan dan fungsi-fungsi utilitisnya pun tidak mengabaikan aspek yang dirumuskan dalam kehidupan dunia dan akhirat. Prinsip rasionalitas dan *utilitarianisme* Islami, menjadi asumsi-asumsi dasar bagi perilaku ekonomi Islam.²¹ Dalam mengkaji ekonomi sosial, Weber telah mengajukan empat tipe:

a. Tindakan rasionalitas instrumental

Tindakan ini merupakan suatu tindakan sosial yang dilakukan seseorang didasarkan atas pertimbangan dan pilihan sadar yang berhubungan dengan tujuan tindakan itu dan ketersediaan alat yang

²¹ Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam.*, 31.

dipergunakan untuk mencapainya. Tindakan ini telah dipertimbangkan dengan matang agar ia mencapai tujuan tertentu. Dengan perkataan lain menilai dan menentukan tujuan itu dan bisa saja tindakan itu dijadikan sebagai cara untuk mencapai tujuan lain.

b. Tindakan rasional nilai moral

Sedangkan tindakan rasional nilai moral memiliki sifat bahwa alat-alat yang ada hanya merupakan pertimbangan dan perhitungan yang sadar, sementara tujuan-tujuannya sudah ada di dalam hubungannya dengan nilai-nilai individu yang bersifat absolut. Tindakan sosial ini telah dipertimbangkan terlebih dahulu karena mendahulukan nilai-nilai sosial maupun nilai agama yang ia miliki.

c. Tindakan afektif/Tindakan yang dipengaruhi emosi

Tipe tindakan sosial ini lebih didominasi perasaan atau emosi tanpa refleksi intelektual atau perencanaan sadar. Tindakan afektif sifatnya spontan, tidak rasional, dan merupakan ekspresi emosional dari individu.

d. Tindakan tradisional/Tindakan karena kebiasaan

Dalam tindakan jenis ini, seseorang memperlihatkan perilaku tertentu karena kebiasaan yang diperoleh dari nenek moyang, tanpa refleksi yang sadar atau perencanaan.

Dilihat dari sisi pelaku dari tindakan ekonomi, pendekatan sosiologis melihat tindakan ekonomi dilakukan oleh aktor sebagai entitas yang dikonstruksi secara sosial. Tindakan ekonomi merupakan sebetuk

tindakan sosial sejauh tindakan tersebut memperhatikan tindakan orang lain dan memiliki makna subyektif secara ekonomi bagi aktor, dan karenanya diarahkan untuk tujuan tertentu. Artinya, tindakan tersebut dilihat dalam proses interaksi sosial, suatu tindakan yang diekspresikan ke dalam hubungan sosial. Tidak seperti halnya dalam pendekatan ekonomi yang melihat aktor berhadapan dengan sejumlah pilihan yang dilandasi kelangkaan sumber daya dan harga, dalam pendekatan sosiologis aktor lebih dikaitkan dengan pengaruh oleh aktor lain dalam suatu interaksi sosial.²²

Merujuk pada konsepsi tentang tindakan ekonomi yang melihat aktor sebagai entitas yang dikonstruksikan secara sosial, yang disebut *amal al-iqtishadi* atau *al-tadabir al-iqtishadiyyat*, yaitu *amal* (perbuatan, tindakan) yang mengandung makna atau bernuansa ekonomik, atau bahkan motif ekonomi. Perbuatan atau tindakan (*amal*) merupakan konsep sosiologis karena ia dilihat dalam kerangka *hablumina al-nas* (hubungan antara sesama manusia, interaksi sosial). Seperti dinyatakan Nabi Muhammad, bahwa suatu tindakan (*amal*) itu tergantung pada niatnya, dan karenanya makna dari *amal* seseorang dipahami melalui niat yang di tujukan pada orang lain yang menjadi sasaran perhatian *amaliyyatnya* dalam suatu interaksi sosial.²³

²²Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam*,32.

²³ Ibid.,36.

Amal merupakan konsep sosiologis dalam kerangka interaksi sosial (Islami) yang terkait dan terikat oleh tindakan dalam bingkai interaksi *ilahiyyatnya*. Itu sebabnya, sebagai bentuk peribadatan dalam konteks *hablun min Allah* ibadah sholat diperintahkan kepada setiap individu tidak lain untuk di tujukan agar manusia dalam *hablun min al-nas*, dapat mencegah dan menjaga diri dari tindakan yang diluar batas keadilan. Dengan demikian, tindakan ekonomi dalam prespektif sosiologi (yang syarat nilai, islami) merupakan tindakan yang dilandasi oleh kesadaran yang bercorak *ilahiyyat* (keimanan) dan *insaniyyat* (manusiawi) sekaligus. Kedua bentuk kesadaran ini adalah kesadaran aktif yang melatari dan membentuk motif dari perilaku sosial-ekonomi aktor.²⁴

²⁴ Ibid.,37-38.