

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Dasar Usaha Rumah Tangga (*Home Industry*)

Menurut lie liana dijelaskan bahwa yang dimaksud perusahaan atau usaha industri adalah suatu unit (kesatuan) usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang dan jasa, terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu, dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab atas usaha tersebut.¹

Rumah tangga terdiri dari satu atau lebih orang yang tinggal bersama-sama di sebuah tempat tinggal dan juga berbagi makanan atau akomodasi hidup, dan bisa terdiri dari satu keluarga atau sekelompok orang.² sebuah tempat tinggal dikatakan berisi beberapa rumah tangga jika penghuninya tidak berbagi makanan atau ruangan. Rumah tangga adalah dasar bagi unit analisis dalam banyak model sosial, mikro ekonomi, dan pemerintahan, dan menjadi bagian penting dalam ilmu ekonomi.³ dalam arti luas, rumah tangga tidak hanya terbatas pada keluarga, bisa berupa rumah tangga perusahaan, rumah tangga negara, dan lain sebagainya. Istilah rumah tangga bisa juga didefinisikan sebagai

¹ Lie Liana, *Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil Sebagai Sarana Memperkokoh Struktur Perekonomian Nasional* (2008: Semarang. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. 15 No.2. Fakultas Ekonomi. Universitas Stikubank Semarang.) 100.

² Haviland, W.A, *Anthropology*. (2003: Wadsworth: Belmont, CA.)

³ Sullivan, Arthur, *Economics: Principles in action*. Upper Saddle Rive (2003: New Jersey 07458: Pearson Prentice Hall). 29.

sesuatu yang berkenaan dengan urusan kehidupan di rumah. Sedangkan istilah berumah tangga secara umum diartikan sebagai berkeluarga (kbbi).

Maka jika digabungkan makna dari home berarti rumah, tempat tinggal, ataupun kampung halaman. Sedang industry, dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan. Singkatnya, *home industry* (atau biasanya ditulis/dieja dengan “*home industri*”) atau industri rumah tangga adalah rumah usaha produkbarang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah.⁴

Menurut karta sapoetra⁵ pengertian industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi lagi penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun industri dan perekayasaan industri.

Menurut hasibuan⁶ pengertian industri dibagi ke dalam lingkup makro dan mikro. Secara mikro, pengertian industri sebagai kumpulan dari sejumlah perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti sangat erat. Dari segi pembentukan pendapatan yakni cenderung bersifat makro.

⁴ Saifuddin Zuhri, *Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan* (2013:Lamongan. Jurnal Manajemen dan Akutansi. Vol.2 No.3. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Darul „Ulum Lamongan) 48.

⁵Kartasapoetra, *Teknologi Konservasi Tanah dan Air* (2000:Jakarta. Rineka Cipta), 23

⁶ Hasibuan, Malayu. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Edisi Revisi (2000: Jakarta, Bumi Aksara), 35.

Industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah. Jadi batasan industri yaitu secara mikro sebagai kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang sedangkan secara makro dapat membentuk pendapatan.

Menurut Kimbal⁷ pengertian industri rumah tangga disebut pula sebagai suatu kegiatan keluarga, yaitu sebagai unit-unit konsumtif dan produktif yang terdiri dari paling sedikit dua anggota rumah tangga yang sama, sama-sama menanggung pekerjaan, makanan dan tempat berlindung.

Home industry atau industri rumah tangga adalah sistem produksi yang menghasilkan nilai tambah yang dilakukan di lokasi rumah perorangan, dan bukan di suatu pabrik. Dari skala usaha, industri rumahan termasuk usaha mikro. Umumnya industri rumahan tergolong sektor informal yang memproduksi secara unik, terkait dengan kearifan lokal, sumber daya setempat dan mengedepankan buatan tangan. *Home industry* bergerak dalam skala kecil, dari tenaga kerja yang bukan profesional, modal yang kecil.⁸

Berbagai badan pemerintah serta berbagai macam instansi menggunakan definisi industri kecil atau industri rumah tangga yang berbeda-beda. Berbagai macam definisi industri kecil tersebut antara lain:

⁷ Kimbal.R.W, *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil : Sebuah Studi kualitatif* (2015: Yogyakarta, Penerbit Depublis), 27.

⁸ Riski Ananda.. *Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik Di Kelurahan Kubu Gabang)* (2016: Riau, Jurnal JPM FISIP. Vol 3. No.2. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Riau), 10.

- 1) Menurut kemenrindag (departemen perindustrian dan perdagangan) tahun 1999, industri kecil merupakan kegiatan usaha industri yang memiliki investasi sampai rp. 200.000.000,- tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha.
- 2) Menurut biro pusat statistik tahun definisikan industri kecil dengan batasan jumlah karyawan atau tenaga kerja dalam mengklasifikasi skala industri yang dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok, sebagai berikut :
 - a. Perusahaan atau industri rumah tangga jika memperkerjakan 1 sampai 4 orang.
 - b. Perusahaan atau industri pengolahan termasuk jasa industri pengolahan yang mempunyai pekerja 1 sampai 19 orang termasuk pengusaha, baik perusahaan atau usaha yang berbadan hukum atau tidak.
 - c. Perusahaan atau industri kecil jika memperkerjakan antara 5 sampai 19 orang.
 - d. Perusahaan atau industri sedang memperkerjakan antara 20 sampai 99 orang.
 - e. Perusahaan atau industri besar jika memperkerjakan antara 100 atau lebih.
- 3) Menurut biro pusat statistik tahun 2003, mendefinisikan industri kecil adalah usaha rumah tangga yang melakukan kegiatan mengolah barang dasar menjadi barang belum jadi atau setengah jadi, barang

setengah jadi menjadi barang jadi, atau yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dengan maksud untuk dijual, dengan jumlah pekerja paling sedikit 5 orang dan yang paling banyak 19 orang termasuk pengusaha.

- 4) Berdasarkan menteri negara koperasi & pengusaha kecil menengah, yang dimaksud dengan usaha kecil atau industri rumah tangga adalah usaha yang asetnya (tidak termasuk tanah dan bangunan), bernilai \leq rp.200 juta atau omzet tahunan \leq rp.1 milyar.
- 5) Menurut bank indonesia, industri kecil yakni industri yang asset (tidak termasuk tanah dan bangunan), bernilai kurang dari rp. 600.000.000,
- 6) Berdasarkan bank dunia⁹, yang dimaksud dengan usaha kecil atau industri rumah tangga adalah usaha yang melibatkan tenaga kerja < 20 orang. Departemen keuangan menggunakan batasan aset dan omzet maksimal rp.300.000.000,-, di luar tanah dan bangunan keputusan menteri keuangan nomor 316/kmk.016/1994 27 juni 1994 usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omzet per tahun setinggi-tingginya rp 600.000.000 atau aset/aktiva setinggi-tingginya rp 600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari : (1) badang usaha (fa, cv, pt, dan koperasi) dan (2)

⁹ Singgih, *SPSS versi 10 : mengolah data statistik secara profesional*. (2001: Jakarta, Elex Media Komputindo), 78.

perorangan (pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa).

Menurut keputusan presiden ri no. 99 tahun 1998 pengertian usaha kecil adalah: “kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Berdasarkan keputusan menteri perindustrian ri nomor 41/m-ind/per/6/2008. Bab 1 ketentuan umum pasal 1 industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar, yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam uu no. 20 dan uu no. 21 tahun 2008 tentang tentang usaha mikro, kecil dan menengah (umkm).

B. Konsep Perilaku Produsen

1. Pengertian Perilaku Produsen

Menurut bahasa, perilaku berarti kelakuan, perbuatan, sikap dan tingkah.¹⁰ 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. Dipihak 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 pihak lain organisasi terhadap individu harus tetap berperilaku etis, misalnya dalam masalah pengupahan, jam kerja maksimum.

c. Faktor Individual

Sesorang 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, orang baru.

¹⁰ Yasin Sulchan, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Jakarta: Putra Karya, 2004), 274.

Perilaku produsen merupakan bagian penting dalam kegiatan ekonomi, sedangkan 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 dijual atau dipasarkan kepada distributor untuk di distribusikan kepada konsumen akhir atau dari produsen langsung di distribusikan kepada konsumen. Teori perilaku produsen membahas tentang bagaimana produsen mendayagunakan sumber daya yang ada agar diperoleh keuntungan optimal.¹¹

Fungsi produksi dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan atau pengadaan atas barang dan jasa. Transformasi yang dilakukan dalam kegiatan produksi adalah menambah nilai tambah (*value added*).¹² 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 competitor. Berikut 6M faktor produksi:

- a. *Man* atau tenaga kerja, mengacu pada orang-orang yang bekerja untuk bisnis, dari manager sampau supervisor, wiraniaga, buruh, dan karyawan lainnya.

¹¹ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta Graha Ilmu, 2008), 101.

¹² Muhammad, *Etika Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta:BPFE Yogyakarta, 2004), 79

- b.** *Money* atau modal, merupakan dana yang diperlukan untuk membiayai operasi bisnis. Investasi oleh pemilik atau pemegang saham, pinjaman bank, dan keuntungan yang ditahan perusahaan digunakan untuk membeli bahan baku, menggaji pegawai, membeli mesin dan membangun pabrik baru.
- c.** *Material*, mengacu pada bahan yang digunakan dalam proses produksi. Dapat berupa sumber Daya alam, seperti tanah pertanian atau dalam konteks industry 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 manufacturing.
- e.** *Method* atau metode adalah bagaimana produksi itu dilaksanakan. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan dalam menambahkan 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 kerajinan tidak akan dapat berlangsung.

Di dunia ini pasti 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 produksinya dengan tidak jujur, mengganti bahan produksi atau barang-barangnya dengan bahan yang tidak semestinya.¹³

Perilaku produsen adalah kegiatan pengaturan produksi untuk menambah kegunaan atau nilai guna suatu barang atau jasa.¹⁴ Dalam kegiatan ini dikenal 5 jenis kegunaan¹⁵, yaitu :

- 1) Guna bentuk, yaitu dalam melakukan proses produksi, kegiatannya ialah mengubah bentuk suatu barang sehingga barang tersebut mempunyai nilai ekonomis
- 2) Guna jasa, yaitu kegiatan produksi yang memberikan pelayanan jasa.
- 3) Guna tempat, yaitu kegiatan produksi yang memanfaatkan tempat-tempat dimana suatu barang memiliki nilai ekonomis.
- 4) Guna waktu, yaitu kegiatan produksi yang memanfaatkan waktu tertentu. Misalnya pembelian beras yang dilakukan oleh bulog pada saat musim panen dan dijual kembali pada saat masyarakat membutuhkannya.
- 5) Guna milik, yaitu kegiatan produksi yang memanfaatkan modal yang dimiliki untuk dikelola oleh orang lain dan dari hasil tersebut ia mendapat keuntungan.

¹³ Dwi Ulfasari, Analisis Perilaku Produsen Batu Alam dalam Perspektif Produksi Islam (Kediri: STAIN KEDIRI, 2017), 16.

¹⁴ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 2

¹⁵ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011), 162

Perilaku produsen sebagaimana perilaku konsumen merupakan pemilihan atas berbagai alternatif. Dalam hal ini keputusan yang diambil oleh seorang produsen adalah menentukan pilihan atas alternatif tersebut. Produsen akan mengalokasikan dananya untuk menggunakan faktor produksi atau yang akan diproses menjadi output. Keseimbangan produsen akan tercapai pada saat seluruh anggaran habis terpakai untuk membeli faktor produksi. Kemudian setiap produsen akan berupaya mencapai tingkat produksi yang optimum.¹⁶

2. Dasar Perilaku Produsen Muslim

Beberapa prinsip dasar perilaku produsen sebagai perwujudan Islamic Man adalah sebagai berikut:¹⁷

- a. Produsen tidak saja reaktif tapi proaktif, kreatif dan inovatif dalam membuat produk. Seringkali konsumen tidak mengetahui apa yang ia butuhkan. Kebutuhannya mulai terasa ketika ia melihat-lihat barang-barang di dalam toko. Dari situ produsen dituntut untuk bisa bersikap kreatif dan inovatif dalam menyediakan barang yang dibutuhkan konsumen. Tidak sekedar barang-barang lumrah yang memang dibutuhkan konsumen, namun, yang perlu diperhatikan produsen,

¹⁶ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*(Jakarta: Kencana, 2010), 147

¹⁷Dede Nurohman, *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Teras,2011), 114

keaktivitas perlu dibatasi oleh nilai-nilai luhur Islam yang bersifat mendidik konsumen.

- b. Orientasi pembuatan produk adalah kemaslahatan, bukan asal laku (dapat untung). Walaupun *survivabilitas* produsen sangat ditentukan oleh sejauh mana ia memperoleh keuntungan dari penjualan produksinya, bukan berarti produsen dibebaskan untuk membuat produk asal laku di masyarakat. Dalam norma-norma Islam disamping terdapat barang atau jasa yang secara jelas dilarang untuk dikonsumsi (berarti juga diproduksi), Islam juga mengharapkan agar produk mengandung masalah bagi masyarakat banyak. Sehingga orientasi produsen bukan hanya mencari keuntungan tetapi juga menjaga ketentraman.
- c. Memegang prinsip efisiensi. Efisiensi penting dalam proses produksi. Artinya produsen harus menerapkan prinsip ini dalam berbagai sisi aktivisasi produksi. Dalam penetapan jumlah produk, misalnya produsen harus mengukur terlebih dulu seberapa kekuatan masyarakat dalam mengkonsumsi sebuah produk. Hal ini menentukan produsen untuk membuat berapa banyak produk yang harus ia buat. Jika produk yang ia buat terlalu banyak, melebihi kapasitas yang diinginkan masyarakat, maka produk tersebut menjadi sia-sia. Ini berarti

Inefisien. Dalam Islam Inefisien atau *wasting* tidak direkomendasikan.

- d. Dapat mengantisipasi atau memprediksi akses negatif dari produk yang akan dibuatnya. Produk-produk seperti kosmetik, obat-obatan, makanan, minuman suplemen, alat-alat teknologi dan peralatan lainnya dapat mengundang bahaya konsumen jika dibuat tidak secara cermat oleh produsen. Oleh karena itu, dalam pembuatan produk, produsen harus hati-hati dan waspada dengan mempertimbangkan segala kemungkinan yang akan terjadi pada konsumen produsen harus mempersiapkan bahan yang baik, melakukan uji teknis atau medis, melakukan pemantauan dalam proses produksi, menyiapkan tenaga ahli, melakukan eksperimen, misalnya untuk memastikan bahwa produk yang dibuatnya tidak membahayakan konsumen. Termasuk mencantumkan beberapa informasi terkait aturan pakai, masa kadaluarsa, efek samping yang ditimbulkannya dan peringatan-peringatan lain yang menjadi pengetahuan dasar bagi konsumen sebelum membeli produk. Ini penting karena relitas konsumen adalah realitas ketidaktahuan akan produk. Oleh karena itu produsen sebagai pihak yang mengetahui seluk-beluk produk harus memberikan kepedulian terlebih dahulu dengan cara seperti itu.

e. Menjaga keramahan dalam lingkungan. Persoalan yang sering mengganggu dalam kegiatan produksi adalah bagaimana kegiatan produksi tidak mengakibatkan rusaknya lingkungan. Jika hal ini tidak diperhatikan, kerusakan lingkungan dapat mengakibatkan bencana bagi masyarakat sekitarnya, secara sempit, dan bagi keseluruhan makhluk hidup, secara luas. Seperti pada poin sebelumnya, produsen harus terlebih dahulu mempertimbangkan kemungkinan bahaya yang ditimbulkan dari proses produksinya. Untuk ini produsen harus melakukan kajian dan penelitian terhadap bahan-bahan, zat kimiawi,

Nilai-nilai Islam yang relevan dengan produksi dikembangkan dari tiga nilai utama dalam ekonomi Islam, yaitu: khalifah, adil dan tafakul. Secara lebih rinci nilai-nilai Islam dalam produksi meliputi:¹⁸

1. Berwawasan jangka panjang, yaitu berorientasi kepada tujuan akhirat;
2. Menepati janji dan kontrak, baik dalam lingkup internal maupun eksternal
3. Memenuhi takaran dan ketepatan, kelugasan dan kebenaran;
4. Berpegang teguh pada kedisiplinan dan dinamis;
5. Mendorong ukhuwah antar antar semua pelaku ekonomi;
6. Menghormati hak milik individu;
7. Mengikuti syarat syah dan rukun akad/transaksi

¹⁸Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2008), 252

8. Adil dalam bertransaksi
9. Pembayaran upah tepat pada waktu dan layak;
10. Menghindari jenis dan proses produksi yang diharamkan dalam Islam.

Penerapan nilai-nilai diatas dalam produksi tidak saja akan mendatangkan keuntungan bagi produsen, tetapi sekaligus mendatangkan berkah. Kombinasi keuntungan berkah yang diperoleh oleh produsen merupakan suatu masalah yang akan memberi kontribusi bagi tercapainya falah. Dengan cara ini, maka produsen memperoleh kebahagiaan hakiki, yaitu kemuliaan tidak saja di dunia tetapi juga di akhirat.

Perilaku rasionalitas produsen berorientasi pada kemaslahatan bersama. Produsen dituntut untuk memaksimalkan kemaslahatan dan meminimaisasi kemafsadatan. Prinsip ini penting dan harus diaplikasikan pada saat produsen merencanakan pembuatan sebuah produk, mempersiapkan bahan baku, pelaksanaan proses produksi yang meliputi; persiapan tenaga ahli, pengawasan dan uji medis atau klinis sampai pada proses finishing yang berupa pelabelan informasi-informasi dasar bagi konsumen. Semua itu dilalui agar kemaslahatan itu terwujud dalam bentuk keselamatan, kesehatan, keamanan dan kenyamanan konsumen yang menggunakan, secara

khusus dan masyarakat serta lingkungannya (alam sekitar) secara umum.¹⁹

C. Sosiologi Ekonomi Islam

1. Pengertian Sosiologi Ekonomi

Menurut David B Brinkerhoft dan Lynn K White, sosiologi adalah studi sistematis tentang interaksi sosial manusia. Titik fokus terletak pada hubungan dan pola interaksi, bagaimana pola tersebut tumbuh kembang, bagaimana mereka dipertahankan dan juga bagaimana mereka berubah.²⁰

Ekonomi berasal dari bahasa Yunani yaitu oikonomike yang berarti pengelolaan rumah tangga, yang dimaksud dengan ekonomi sebagai pengelola rumah tangga adalah suatu usaha dalam pembuatan keputusan dan pelaksanaannya yang berhubungan dengan pengalokasian sumber daya rumah tangga yang terbatas diantara anggotanya, dengan mempertimbangkan kemampuan, usaha, dan keinginan masing-masing.²¹

Sosiologi ekonomi dapat didefinisikan dengan 2 cara. *Pertama*, sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat yang di dalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi. Pada hubungan tersebut, dapat dilihat bagaimana masyarakat mempengaruhi ekonomi. Juga sebaliknya,

¹⁹Ibid..., 117

²⁰Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2009), 5.

²¹Dadang Supardan, *Pengantar Ilmu Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 366.

bagaimana ekonomi mempengaruhi masyarakat. Dengan pemahaman konsep masyarakat tersebut, maka sosiologi ekonomi mengkaji masyarakat yang di dalamnya terdapat interaksi sosial, dalam hubungannya dengan ekonomi. Masyarakat sebagai eksternal-objektif akan menuntun individu dalam melakukan kegiatan ekonomi seperti apa yang boleh diproduksi, bagaimana memproduksinya, dan dimana memproduksinya.

Kedua, sosiologi ekonomi adalah pendekatan sosiologis yang diterapkan pada fenomena ekonomi, yang dimaksud pendekatan sosiologis adalah konsep, variabel, teori, dan metode yang digunakan dalam sosiologi untuk memahami kenyataan sosial, termasuk kompleksitas aktifitas yang berkaitan dengan ekonomi. Sedangkan yang dimaksud fenomena ekonomi adalah gejala dari cara bagaimana orang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka terhadap jasa atau barang yang ingin dipenuhi.²²

Perilaku ekonomi manusia senantiasa mempertimbangkan untung rugi, kalkulasi, dan manusia cenderung baru akan mengonsumsi sesuatu jika barang atau jasa yang ditawarkan di pasar spadan dengan pekerjaan atau uang yang mereka keluarkan. Sementara itu, sosiologi ekonomi menyakini bahwa perilaku ekonomi manusia acap kali justru tidak hanya mempertimbangkan untung rugi, tetapi yang lebih penting adalah bagaimana konstruksi sosial masyarakat

²²Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2009), 17.

yang bersangkutan dalam memandang arti penting atau fungsi sebuah barang atau jasa.²³

2. Sosiologi Ekonomi Islam

Sebagai sebuah konsep, sosiologi ekonomi islam dapat dipahami dalam dua arti : pertama, ekonomi islam dalam perspektif sosiologi, dan kedua, sosiologi ekonomi dalam perspektif islam. Arti yang *pertama*, sosiologi ekonomi islam dipahami sebagai suatu kajian sosiologis yang mempelajari fenomena ekonomi, yakni gejala tentang bagaimana cara manusia memenuhi kebutuhan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sosiologi menyangkut kerangka acuan, variabel dan model yang digunakan para sosiologi dalam memahami dan menjelaskan realitas sosial, dalam hal ini fenomena ekonomi, yang terjadi dalam masyarakat.

Perspektif sosiologi yang dimaksud adalah sosiologi sebagai ilmu pengetahuan yang tidak bebas-nilai, melainkan yang sarat dengan muatan nilai, yakni nilai islam. Suatu gagasan tentang ekonomi islam yang dilihat dalam perspektif sosiologi yang sarat-nilai.²⁴ Sosiologi ekonomi secara sederhana diartikan sebagai studi tentang bagaimana cara orang, kelompok atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka terhadap jasa atau barang langka, dengan menggunakan pendekatan sosiologi.²⁵ Cara yang dimaksud berkaitan dengan aktivitas

²³Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme Dan Konsumsi Di Era Masyarakat Post Modernism* (Jakarta: Kencana 2013), 15.

²⁴Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo:STIEF-IPMAFA,2016),17.

²⁵Pheni cholid, *Sosiologi Ekonomi* (Banten: Universitas Terbuka,2019), 12.

orang, kelompok atau masyarakat mengenai proses produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi jasa atau barang langka.

Kedua terkait perspektif Islam disini memberi penekanan pada pandangan kritis dari agama, yakni kritik atau pandangan sosial Islam mengenai gagasan sosiologi yang bebas-nilai sebagaimana dipaparkan Max Weber. Secara metodologis, persoalan apakah ilmu pengetahuan sosial itu bebas-nilai (positif) atau sarat-nilai (normatif) telah menjadi perdebatan filosofis-epistemik yang cukup panjang. Namun tidak sedikit kalangan intelektual muslim termasuk para ekonom bersepakat, bahwa persoalan ekonomi harus dipahami dan dinilai dalam kerangka ilmu pengetahuan yang terintegasi tanpa memisahkannya dalam komponen normatif atau positif. Masalah ekonomi harus ditinjau dari keseluruhannya, bahwa aspek normatif dan positif itu saling berkaitan erat sehingga setiap usaha memisahkannya dapat berakibat menyesatkan.²⁶

Tugas ilmu pengetahuan atau teori sosial menurut Mansour Faqih, pada dasarnya adalah tidak sekedar memberi makna terhadap realitas sosial sehingga memungkinkan lahirnya kesadaran dan pemahaman terhadap suatu realitas sosial, tetapi juga untuk mengubah realitas sosial yang dianggap bermasalah dan tidak adil. Dalam perspektif ilmu sosial kritis, ilmu sosial tidak saja diabdikan demi golongan lemah dan tertindas, tetapi lebih mendasar dari itu. Teori

²⁶ Muhammad Fachrur Rozi , *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo:STIEF-IPMAFA,2016), 20.

sosial harus berperan dalam proses pembangkitan kesadaran kritis, baik bagi pihak yang tertindas maupun yang menindas, terhadap struktur dan sistem sosial yang tidak adil.

Faqih memberikan ilustrasi tentang keterpisahan ilmu sosial dari visinya. Dewasa ini ilmu sosial dianggap tengah mengalami masa krisis yang merupakan akibat dari kegagalan ilmu sosial dalam mencapai visinya, yakni mencapai suatu tatanan masyarakat yang adil, makmur, sejahtera. Ilmu sosial dikembangkan untuk membantu umat manusia, untuk membangun relasi sosial yang adil dan tanpa eksploitasi; mendirikan masyarakat tanpa dominasi dan hegemoni, tanpa kekerasan dan diskriminasi. Faqih menilai, ilmu sosial seperti tidak peduli dan tidak relevan dengan berbagai proses dehumanisasi yang semakin meningkat.²⁷

Ilmu pengetahuan yang bebas-nilai memberi penekanan pada makna fakta empiris atau realitas sosial seraya mengabaikan eksistensi Tuhan atau sesuatu yang bersifat transenden dalam membangun kerangka kerja atau metode ilmiahnya. Ini bertolak belakang dengan perspektif Islam mengenai ilmu pengetahuan yang selalu mendasarkan diri pada asumsi dasar mengenai adanya hubungan di antara tiga realitas: Tuhan, alam dan manusia. Jalinan hubungan di antara ketiga realitas tersebut membentuk apa yang dikenal dengan *tashdiqi*.²⁸

3. Konsep Tindakan Ekonomi Dalam Sosiologi

²⁷Ibid., 24.

²⁸Ibid., 25.

Seperti pada ekonomi konvensional, ekonomi Islam melihat masalah yang sama dalam menjelaskan konsep tindakan atau perilaku ekonomi. Bahwa aktor (pelaku, agen, pedagang) mendasarkan tindakan atau perilakunya pada prinsip rasionalitas dan nilai kemanfaatan. Prinsip ini untuk menjelaskan transaksi/hubungan ekonomi yang dilandasi individualisme, bahwa motif manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi dilandasi kepentingan individu. Adam Smith menggagas konsep *laissez-faire* tentang minimnya peranan/intervensi negara dalam sistem ekonomi masyarakat yang pada gilirannya menciptakan adanya individualisme ekonomi dan kebebasan ekonomi yang meletakkan kepentingan individu dan rasionalitas penuh sebagai prinsip utama ekonomi.²⁹

Konsep *utility function* ditetapkan melalui prinsip rasionalitas. Menurut 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.³⁰ Pada ekonomi Islam, prinsip rasionalitas mengalami perluasan spektrum, yakni dengan melibatkan pertimbangan syariah misalnya halal-haram, *mashlahah-mudharat* dalam menentukan seperangkat pilihan. Tindakan ekonomi manusia yang melihat aktor sebagai entitas dikonstruksikan secara sosial, disebut '*amal al-iqtishadiyah* atau *altadabiral-iqtishadiyah*, yakni

²⁹Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Pasar* (Jakarta: Kencana, 2018), 28.

³⁰Max Weber, *Sosiologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 409.

‘amal (perbuatan, tindakan) yang mengandung makna atau bernuansa ekonomik, bahkan motif ekonomi.³¹

Amal merupakan konsep sosiologis dalam kerangka interaksi sosial (Islami) yang terkait dengan dan terikat oleh ‘amal dalam bingkai *ilahiyyatnya*. Itu sebabnya, sebagai bentuk peribadatan dalam konteks *hablun min Allah*, ibadah shalat diperintahkan kepada seluruh manusia tidak lain untuk ditunjukkan agar manusia dalam konteks *hablun min al-nas* dapat mencegah dan menjaga diri dari tindakan yang di luar batas. Dengan demikian tindakan ekonomi (*‘amal al-iqtishady*) dalam perspektif sosiologi (yang sarat nilai, Islami) merupakan tindakan yang dilandasi oleh kesadaran yang bercorak *ilahiyyat* (keimanan) dan *insaniyyat* (manusiawi) sekaligus. Kedua bentuk kesadaran aktif yang melatari dan membentuk motif dari tindakan ekonomi actor.³²

4. Hubungan Ekonomi Dan Masyarakat Menurut Sosiologi Ekonomi

Pusat perhatian dari kajian para ekonom adalah pertukaran ekonomi, pasar, dan ekonomi. Sedangkan masyarakat dia dipandang sebagai sesuatu yang telah ada. Sebaliknya sosiologi memandang ekonomi sebagai bagian integral dari masyarakat. Oleh sebab itu, sosiolog tidak terbiasa melihat kenyataan dengan melakukan *caterisparibus* terhadap faktor yang berpengaruh terhadap suatu kenyataan sosial. Tetapi sebaliknya, sosiolog terbiasa melihat kenyataan secara holistik, melihat kenyataan saling mengaitkan antar

³¹Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo: STIEF-IPMAFA, 2016), 38.

³²Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo: STIEF-IPMAFA, 2016), 38.

berbagai faktor. Dengan demikian, sosiologi ekonomi selalu memuatkan perhatian pada³³:

- a. Analisis sosiologi terhadap proses ekonomi, misalnya terbentuknya harga antara pelaku ekonomi, terbentuknya kepercayaan dalam suatu tindakan ekonomi, terjadinya perselisihan dalam tindakan ekonomi.
- b. Analisis hubungan dan interaksi antara ekonomi dan institusi lain dari masyarakat, seperti hubungan antara ekonomi dan agama, pendidikan, stratifikasi sosial, demokrasi, atau politik.
- c. Studi tentang perubahan institusi dan parameter budaya yang menjadi konteks bagi landasan ekonomi dari masyarakat. Contohnya semangat kewirausahaan di kalangan santri, capital budaya masyarakat nelayan, atau etos kerja di kalangan pekerja tambang.

³³Edy Siswoyo, *Sosiologi Produksi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2010), 6.