

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Produsen

1. Definisi Produsen

Secara teknis, produksi merupakan proses mentransformasi atau mengubah *input* (bahan dasar) menjadi *output* (barang jadi). Beberapa ahli telah memberikan definisi yang berbeda terkait konsep produksi. Meski demikian, substansi dari definisi tersebut tetaplah sama. Kegiatan produksi dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai kegiatan untuk menghasilkan manfaat (*utility*) baik di masa kini maupun mendatang.⁹

Produksi menurut Joesron dan Fathorrozi dinyatakan sebagai hasil akhir (*output*) dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan (*input*).¹⁰ Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Putong terkait produksi, bahwa produksi atau memproduksi merupakan kegiatan menambah kegunaan, nilai guna, atau manfaat suatu barang, lebih dari bentuk semula (sebelumnya).¹¹ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produksi secara umum diartikan sebagai kegiatan perusahaan atau pelaku usaha dengan mengkombinasikan berbagai masukan atau input untuk menghasilkan keluaran atau output dengan tujuan meningkatkan nilai guna dan manfaat dari barang tersebut sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Untuk menghasilkan sebuah output produk yang baik, diperlukan input yang baik pula. Faktor input atau faktor produksi sangat mempengaruhi hasil. Menurut Soekarno Kartowardojo faktor produksi ini dengan 6 M : *man, money, methods, material, machines, market*.

⁹Mustafa Edwin Nasution dan Budi Setyanto, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*(Jakarta: Prenada Media Group, 2007), 102.

¹⁰Tati Suharti Joesron dan Fathorrozi, *Teori Ekonomi Mikro: Dilengkapi Beberapa Bentuk Fungsi Produksi* (Jakarta: Salemba Empat, 2003), 2.

¹¹Iskandar Putong, *Economics: Pengantar Mikro dan Makro*(Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), 88.

1. *Man* atau Sumber daya manusia

Sumber daya manusia adalah faktor yang paling vital dan menentukan dalam manajemen. Pada unsur sumber daya manusia ini harus diperhatikan beberapa hal, yaitu : Jumlahnya harus sesuai dengan kebutuhan dan formasi, Persyaratan seperti keahlian, kemampuan, ketrampilan, pendidikan, pengalaman.

2. *Money* atau Modal

Untuk menjalankan aktivitasnya, manajemen membutuhkan biaya, baik untuk pembelian dan perawatan alat-alat, pembelian bahan baku/material, pembayaran gaji tenaga kerja dan lain sebagainya. Pengelolaan uang yang baik akan berpengaruh terhadap sukses tidaknya sebuah manajemen yang dilakukan. Oleh karena itu, pengelolaan uang harus dilakukan secara rasional agar tujuan yang telah ditetapkan bisa tercapai.

3. *Methods*

Dalam manajemen diperlukan adanya beberapa metode untuk menentukan bagaimana suatu pekerjaan dapat dilakukan. Serangkaian prosedur dan instruksi ditetapkan dengan mempertimbangkan pada tujuan yang hendak dicapai, fasilitas yang tersedia, waktu, uang, dan kegiatan bisnis. Metode-metode tersebut ditetapkan sebagai Standar Operasional yang baku (SOP), yang berperan untuk meningkatkan penggunaan semua sumber daya dan faktor-faktor produksi, sehingga semua pekerjaan bisa berjalan secara Efektif dan Efisien.

4. *Material*

Untuk memproduksi suatu barang, perusahaan membutuhkan bahan baku. Ketersediaan bahan baku sangat vital dalam proses produksi, baik berupa bahan setengah jadi (*raw material*) maupun bahan jadi.

5. *Machine*

Mesin digunakan dalam proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Mesin dan peralatan kerja lainnya sangat dibutuhkan untuk memudahkan pekerjaan yang sulit menjadi lebih cepat dan efisien, serta berperan dalam meningkatkan hasil dan keuntungan. Dengan perkembangan teknologi, penggunaan mesin semakin canggih dan modern, sehingga bisa meminimalisir kesalahan dalam proses produksi dan pekerjaan menjadi lebih efisien dan efektif dengan hasil lebih banyak.

6. *Market*

Untuk bisa memasarkan hasil produksinya dengan baik, perusahaan wajib memahami pemasaran dengan baik. Pemasaran produk sangat penting untuk kelangsungan proses produksi dari perusahaan itu sendiri. Proses produksi suatu barang akan terhenti apabila barang-barang yang diproduksi tidak laku atau tidak minati oleh konsumen. Artinya pasar sangat penting untuk dikuasai demi kelangsungan proses produksi perusahaan.

Dalam konsep produksi sebagai kata kerja, juga terdapat istilah produsen sebagai subjek atau aktornya. Secara umum produsen atau dalam teori ekonomi kerap diartikan sebagai pihak yang menghasilkan barang atau jasa untuk dipasarkan. Dalam pengertian tersebut, yang termasuk sebagai produsen adalah

pembuat, grosir, leveransir, pengecer, maupun setiap orang atau badan usaha yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga ke tangan konsumen.¹²

Produsen atau pelaku usaha menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Angka 3 dinyatakan sebagai orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹³ Dari pengertian tersebut, yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan dalam segala bentuk dan bidang usaha, baik BUMN, Koperasi, perusahaan swasta yang berupa pabrikan, importer, pedagang eceran, distributor, dan lain sebagainya.

Sehingga dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa produsen merupakan setiap orang perorangan atau badan usaha yang melakukan aktivitas ekonomi berupa pengolahan input produksi menjadi output produksi sehingga meningkatkan nilai guna atau kebermanfaatannya.

2. Definisi Perilaku Produsen

Perilaku menurut Notoatmojo didefinisikan sebagai respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya.¹⁴ Hal tersebut sesuai dengan definisi perilaku yang ada dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bahwa perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungannya.¹⁵ Dengan demikian, dapat diartikan

¹²Janus Sidobalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*(Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), 13.

¹³Pemerintah Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Lembaran RI Tahun 1999 Nomor 8(Jakarta: Sekretariat Negara, 1999). Pasal 1 Angka 3.

¹⁴Soekidjo Notoatmodjo, *Ilmu Perilaku Kesehatan*(Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), 21.

¹⁵Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*(Jakarta Pusta: Pusat Bahasa, 2008), 1083.

bahwa perilaku produsen merupakan reaksi produsen berupa tindakan yang dipicu oleh berbagai faktor sebagai alternatif produksi. Tindakan tersebut dapat berupa pengalokasian dana maupun penggunaan faktor produksi untuk melakukan kegiatan mengubah input menjadi output.

Iswandono menyatakan bahwa dalam konsep produksi, produsen akan mengambil keputusan tertentu atas beberapa alternatif yang ada dalam penyelenggaraan produksi.¹⁶ Hal tersebut dikarenakan produsen cenderung memiliki keinginan untuk memaksimalkan produksi yang bisa dicapai dengan suatu kendala biaya tertentu untuk menghasilkan keuntungan semaksimal mungkin.

3. Perilaku Produsen dalam Islam

Islam memandang bahwa bumi dan segala yang ada di dalamnya merupakan pemberian Allah SWT kepada manusia sebagai khalifah untuk dipergunakan sebaik mungkin bagi kesejahteraan bersama. Salah satu pemanfaatan yang dimaksudkan untuk menimbulkan kesejahteraan bagi bersama tersebut adalah kegiatan produksi. Dalam penyelenggaraan produksi, Islam juga telah mengajarkan kepada manusia bahwa terdapat aturan yang benar sebagai landasan produsen dalam berperilaku sehingga mendapatkan keridhaan dari Allah SWT.

Dari sisi pandang konvensional, produksi biasanya dipandang dari tiga aspek yang meliputi pertanyaan apa yang diproduksi, bagaimana cara memroduksinya, serta untuk siapa barang atau jasa tersebut diproduksi.¹⁷ Dalam literatur konvensional, teori produksi ditujukan untuk memberikan pemahaman terkait perilaku pelaku usaha dalam membeli dan menggunakan input produksi

¹⁶Iswandono, *Ekonomi Mikro.*, 14.

¹⁷Mustafa Edwin Nasution dan Budi Setyanto, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), 101.

serta menjual kembali output yang dihasilkan. Sedangkan dalam sudut pandang ekonomi islam, konsep produksi dipandang tidak hanya sebatas pada motif memaksimalkan keuntungan dunia, melainkan lebih kepada memaksimalkan keuntungan akhirat. Hal tersebut sesuai firman Allah QS.Al-Qashash ayat 77 sebagai berikut.

وَاتَّبِعْ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ

وَلَا تَتَّبِعِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ (٧٧)

Artinya:“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”¹⁸ (QS.Al-Qashash 77)

Ayat tersebut menunjukkan bahwa islam tidak semata-mata menentang motif ekonomi yang dimiliki oleh seseorang sebagai pelaku usaha atau produsen dalam memperoleh keuntungan. Bahkan dalam ayat tersebut islam menganjurkan seseorang sebagai pelaku usaha atau produsen untuk tetap mendapatkan keuntungan duniawi tanpa harus melupakan kepentingan akhiratnya. Selain itu, islam juga menganjurkan seseorang untuk melakukan produksi karena dengan melakukan kegiatan produksi, seseorang akan mampu memberi manfaat kepada orang lain. Selain itu menurut Shiddiqi ada beberapa nilai yang dapat dijadikan oleh produsen muslim, sebagai sandaran motivasi dalam melakukan proses produksi, yaitu:¹⁹

¹⁸Departemen Agama RI, *Alquran dan Tafsirnya.*, 42.

¹⁹Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* , (Jakarta:Rajawali Pers, 2009), hal. 230

1. Profit bukanlah merupakan satu-satunya elemen pendorong dalam memproduksi, tetapi kehalalan dalam menghasilkan suatu barang atau jasa dan keadilan dalam mengambil keuntungan merupakan motivasi penting dalam memproduksi.
2. Produsen harus mempertimbangkan dampak yang ditimbulkan dari proses produksinya. Artinya semua dampak sosial (social return) yang ditimbulkan dari proses produksi haruslah dapat tertanggulangi dengan baik. Selain itu, barang yang diproduksi juga harus merefleksikan kebutuhan dasar masyarakat.
3. Produsen harus memperhatikan nilai-nilai spiritualisme, dimana nilai tersebut harus dijadikan penyeimbang dalam melakukan produksi. Artinya harus kembali lagi kepada hakekat penciptaan manusia dan niatan untuk mencari ridho Allah.

Menurut Nurohman, dalam islam terdapat beberapa prinsip dasar perilaku produsen sebagai perwujudan Islamic man, di antaranya adalah sebagai berikut.²⁰

1. Produsen tidak saja reaktif, melainkan juga harus proaktif, kreatif, serta inovatif dalam membuat produk. Hal tersebut dikarenakan seringkali konsumen tidak mengetahui apa yang sedang dibutuhkannya. Kebutuhan seorang konsumen kerap muncul ketika melihat suatu barang atau pelayanan pada suatu toko atau perusahaan. Sehingga produsen dianjurkan untuk memiliki kreativitas lebih namun perlu dibatasi oleh nilai-nilai luhur islam yang bersifat mendidik konsumen.
2. Orientasi dalam kegiatan produksi adalah kemaslahatan, bukan semata untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi. Meskipun keuntungan merupakan suatu

²⁰Dede Nurrohman, *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Teras, 2011), 114.

hal yang sangat menentukan keberhasilan dan daya saing suatu usaha, namun produsen tidak serta merta bebas untuk membuat produk yang asal laku. Melainkan, produsen juga diharuskan untuk memperhatikan adanya norma yang berlaku dan nilai-nilai islam dalam pembuatan produknya, sehingga produk tersebut mengandung masalah bagi masyarakat secara luas.

3. Kegiatan produksi harus efisien. Efisiensi dianggap penting dalam proses produksi. Kemampuan produsen dalam menentukan jumlah produk yang harus dihasilkan dan kemampuan masyarakat dalam mengonsumsi suatu produk, sangat dianjurkan dalam sistem produksi secara islami. Hal tersebut untuk mengurangi adanya kemungkinan pembuangan produk secara sia-sia akibat tidak laku atau tidak dikonsumsi.
4. Dapat mengantisipasi atau memprediksi akses negatif dari produk yang akan dihasilkan. Produsen diharuskan bersikap hati-hati dalam menghasilkan produk yang akan digunakan oleh konsumennya, sehingga produsen dapat meminimalisir adanya kerugian atau kecelakaan yang akan diterima oleh konsumen atas penggunaan suatu produk tersebut. Produsen harus berlandaskan pada asas relitas konsumen (relitas ketidaktahuan konsumen atas suatu produk). Dengan demikian, produsen perlu mengetahui terlebih dahulu terkait produk yang akan dipasarkannya, termasuk dengan pencantuman berbagai informasi terkait produk yang dihasilkannya pada kemasan atau bagian lainnya untuk dapat diketahui oleh konsumen sebelum dikonsumsi.
5. Menjaga keramahan dalam lingkungan. Persoalan yang kerap mengganggu kegiatan produksi adalah rusaknya lingkungan akibat operasional dari suatu perusahaan tersebut. Dengan demikian, dalam menjalankan usahanya, produsen diharuskan untuk melakukan kajian dan penelitian terkait dampak

yang akan ditimbulkan dari proses atau kegiatan produksi perusahaannya terhadap lingkungan maupun masyarakat sekitar.

B. Sosiologi Ekonomi Islam

1. Konsep Sosiologi Ekonomi Islam

Konsep sosiologi ekonomi merupakan cabang ilmu pengetahuan yang memberikan penjelasan yang tegas terkait studi ekonomi serta kaitannya dengan fenomena sosial dalam masyarakat. Sehingga dalam konsep sosiologi ekonomi dari dua istilah yakni “sosiologi” dan “ekonomi”.

a. Definisi Sosiologi

Horton dan Hunt (1987) dalam Modul Sosiologi Ekonomi²¹ menjelaskan bahwa sosiologi merupakan suatu ilmu pengetahuan yang mempelajari terkait masyarakat. Sedangkan sosiologi menurut Brinkerhoft dan White (1989) dalam Modul Sosiologi Ekonomi²² dinyatakan sebagai studi sistematis mengenai interaksi sosial antar manusia. Sosiologi menekankan pada hubungan-hubungan serta pola-pola interaksi, yakni mengenai tumbuh-kembang pola-pola tersebut, mempertahankan pola-pola tersebut, serta perubahan dari pola-pola tersebut.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa sosiologi dalam artian singkat merupakan studi ilmiah mengenai masyarakat yang di dalamnya terdapat suatu proses interaksi sosial.

b. Definisi Ekonomi

Ekonomi secara bahasa berasal dari Bahasa Yunani yang terdiri dari *oikos* dan *nomos* yang berarti tata laksana rumah tangga atau aturan rumah

²¹Tim Penyusun, “Modul Sosiologi Ekonomi”, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2010), hlm14.

²²*Ibid.*

tangga.²³ *Oikos* Ekonomi secara umum menekankan pada aktivitas manusia yang berhubungan dengan kegiatan produksi, distribusi, pertukaran, serta konsumsi barang maupun jasa. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ekonomi baik secara umum maupun secara khusus diartikan sebagai aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga.²⁴

Beberapa ahli juga telah banyak yang memberi definisi yang berbeda tentang ekonomi. Misalnya saja Adam Smith dalam Putong mendefinisikan ekonomi sebagai bidang yang luas, yakni penyelidikan terkait keadaan dan sebab akibat adanya kekayaan rumah tangga. Hal tersebut berbeda dengan pendapat Paul A. Samuelson dalam Putong yang memberi definisi terkait ekonomi yaitu merupakan tata cara yang dilakukan oleh manusia serta kelompoknya untuk memanfaatkan sumber-sumber yang terbatas untuk memperoleh berbagai komoditi dan mendistribusikannya untuk dikonsumsi masyarakat.²⁵

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa ekonomi merupakan ilmu yang menjelaskan cara-cara dalam menghasilkan, mengedarkan, membagi, atau menggunakan barang dan jasa dalam masyarakat sehingga terpenuhinya kebutuhan materi masyarakat dengan sebaik mungkin.

Ekonomi islam merupakan ilmu yang mempelajari terkait perilaku ekonomi manusia yang tindakannya diatur berdasarkan agama islam, dan didasari dengan tauhid sebagaimana telah dirangkum dalam rukun islam dan rukun iman. Sistem ekonomi islam merupakan sistem perekonomian yang

²³Iskandar Putong, *Economics: Pengantar Mikro dan Makro.*, 8.

²⁴Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia.*, 854.

²⁵Iskandar Putong, *Economics: Pengantar Mikro dan Makro.*, 9.

cenderung bebas. Namun dalam penyelenggaraannya, kebebasan yang dimaksud tersebut ditujukan lebih banyak dalam bentuk kerjasama dari pada dalam bentuk kompetisi atau persaingan. Hal tersebut dikarenakan kerjasama merupakan tema umum dalam organisasi sosial islam.

Khursid Ahmad dalam Yuliadi menjelaskan bahwa ekonomi islam merupakan suatu upaya sistematis yang digunakan untuk memahami permasalahan ekonomi dan perilaku manusia yang dilihat dari sudut pandang islam.²⁶ Hal tersebut sesuai dengan pendapat Akram Khan dalam Maharaniyang menyatakan bahwa ekonomi islam digunakan untuk mempelajari kesejahteraan manusia (*falah*) yang dicapai dengan pengorganisirian sumber-sumber daya bumi atas dasar kerjasama serta partisipasi.²⁷ Ekonomi islam memandang bahwa ilmu ekonomi merupakan bagian dari kajian ekonomi yang membahas hanya masalah teknis dalam penerapan sistem ekonomi, seperti tata cara produksi barang dan jasa, proses pendistribusian, dan konsumsi. Ekonomi islam tidak serta merta menerima semua tata cara teknis tersebut untuk diadopsi ke dalam ilmu ekonomi islam. Sehingga kajian islam juga diperlukan untuk menentukan tata cara dan teknis yang sesuai untuk diadopsi dalam bidang ekonomi islam.

Dari berbagai definisi yang telah diungkapkan, dapat disimpulkan bahwa ekonomi islam merupakan segala aktivitas perekonomian beserta aturan-aturannya yang didasarkan atas pokok-pokok ajaran islam terkait ekonomi.

²⁶Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam* (Yogyakarta: LPPI, 2006), 6.

²⁷Dewi Maharani, *Ekonomi Islam: Solusi Terhadap Masalah Sosial-Ekonomi* (Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam, 2018), 20-34.

Prinsip-prinsip ekonomi islam dibangun atas dasar lima nilai universal yang meliputi *tauhid* (ketuhanan), *'adl* (keadilan), *nubuwwah* (kenabian), *khilafah* (pemerintah), serta *ma'ad* (hasil).²⁸ Prinsip-prinsip tersebut dijabarkan sebagai berikut.

a. *Tauhid*

Tauhid merupakan pondasi dalam ajaran islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “Tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah” serta “Tidak ada pemilik langit, bumi, dan seisinya, selain daripada Allah” karena Allah merupakan pencipta alam semesta dan isinya, sekaligus pemiliknya, termasuk kepemilikan atas manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Oleh karenanya, Allah merupakan pemilik hakiki, dan manusia hanya diberi amanah dalam menjaga dan mengelola sementara waktu bumi dan seisinya, sebagai ujian bagi manusia.

Konsep ketauhidan menyatakan bahwa segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam dan sumber daya, dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah. Karena kepada-Nya, manusia akan mempertanggungjawabkan segala tindakan dan perbuatannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan bisnis.²⁹

b. *'Adl*

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Allah tidak membeda-bedakan perlakuan-Nya terhadap makhluk ciptaan-Nya. Demikian pula manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah termasuk menjamin pemakaian segala sumber

²⁸Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami*(Jakarta: III T, 2002), 17.

²⁹Ahmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*(Jakarta: Rajawali Pers, 2007), 14-15

daya yang disediakan untuk kesejahteraan umat, sehingga semua dapat menerima manfaat daripadanya secara adil dan baik.

Dalam banyak ayat Al-Quran, Allah memerintahkan umat-Nya untuk berlaku adil terhadap siapapun dan tidak menzalimi sesamanya. Implikasi ekonomi dari nilai tersebut adalah bahwa segala bentuk aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi tidak diperbolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi apabila hal tersebut merugikan pihak lainnya atau merusak sekitar. Tindakan zalim sangat dilarang dalam segala aktivitas ekonomi dari sudut pandang islami.³⁰

c. *Nubuwwah*

Atas kebijaksanaan Allah, manusia hidup di bumi tidak dibiarkan begitu saja tanpa adanya bimbingan. Oleh karenanya, Allah kemudian mengutus nabi dan rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia terkait cara hidup yang baik dan benar di dunia, dan mengajarkan jalan untuk kembali atau bertaubat kepada Allah. Hadirnya nabi dan rasul menjadi model yang harus diteladani oleh umat manusia untuk mendapat keselamatan di dunia dan akhirat.

Sebagai umat muslim, Allah telah mengirimkan rasul yang sempurna untuk diteladani hingga akhir zaman, yakni Nabi Muhammad Saw. Sifat-sifat utama Nabi Muhammad Saw yang dapat diteladani oleh manusia pada umumnya dalam tindakan sehari-hari, maupun secara khusus dalam kegiatan ekonomi adalah *Sidiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tablig* (menyampaikan atau keterbukaan), *fatamah* (cerdas).

d. *Khilafah*

³⁰*Ibid.*18

Dalam Al-Quran Allah telah berfirman bahwa manusia diturunkan ke bumi sebagai khalifah atau pemimpin dan pemakmur bumi. Sehingga, pada dasarnya setiap manusia merupakan pemimpin. Nilai ini kemudian mendasari prinsip kehidupan kolektif manusia pada bidang ekonomi, dengan tujuan untuk menjaga keteraturan interaksi antar kelompok dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan konflik dapat diminimalisir atau ditiadakan.

Dalam konsep islami, pemerintah memiliki peran yang kecil namun sangat penting dalam kegiatan perekonomian. Peran utamanya adalah untuk menjamin perekonomian sehingga berjalan sesuai dengan syariah, tidak adanya pelanggaran atas pihak-pihak yang terlibat, dan dalam kelancaran kegiatan ekonomi lainnya. Hal tersebut dalam kerangka mencapai tujuan-tujuan syariah untuk memajukan kesejahteraan manusia, yang dicapai dengan melindungi keimanan, jiwa, akal, kehormatan, dan juga kekayaan manusia.

e. *Ma'ad*

Meski seringkali diartikan sebagai kebangkitan, namun secara harfiah *ma'ad* memiliki makna kembali. Dalam hal ini, *ma'ad* dimaksudkan sebagai “semua akan kembali ke Allah”. Hal tersebut diartikan bahwa hidup manusia di dunia hanyalah sementara, dan akan berlanjut hingga alam akhirat. Dengan demikian, dunia merupakan wahana bagi manusia untuk bekerja dan beraktivitas (beramal shaleh), namun demikian akhirat adalah lebih baik daripada dunia. Sehingga Allah melarang manusia hanya

terikat pada apa yang ada di dunia saja, melainkan juga harus mengutamakan bekal yang akan dibawa untuk hidup di akhirat nantinya.

c. Sosiologi Ekonomi Islam

Sosiologi ekonomi atau *Economic Sociology* merupakan cabang ilmu sosiologi yang memberikan penjelasan terkait cara masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan yang akan barang maupun jasa. Secara singkat, konsep sosiologi ekonomi dapat didefinisikan sebagai aplikasi perspektif sosiologi pada fenomena ekonomi. Bidang sosiologi juga dikenal sebagai sosiologi mengenai kehidupan ekonomi atau sosiologi mengenai ekonomi.

Sosiologi ekonomi dapat didefinisikan dengan 2 cara. Pertama, sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat yang di dalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi. Dalam hubungan tersebut, dapat dilihat bagaimana masyarakat mempengaruhi ekonomi. Juga sebaliknya, bagaimana ekonomi mempengaruhi masyarakat. Dengan pemahaman konsep masyarakat seperti itulah, 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. Tuntutan tersebut biasanya berasal dari budaya, termasuk di dalamnya hukum dan agama. Dalam agama Islam misalnya, orang boleh beternak kambing karena kambing dikategorikan makanan halal. Namun, apabila seorang muslim beternak babi maka kegiatan tersebut dipandang sebagai perbuatan haram.

Kedua Fligstein dan Dioun menyatakan bahwa "*Economic sociology is the study of how the material conditions of life are produced and reproduced through*

social processes”.³¹ Hal tersebut berarti bahwa sosiologi ekonomi merupakan ilmu mengenai bagaimana berbagai materi kehidupan diproduksi dan diproduksi ulang melalui proses sosial. Sehingga dari beruraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sosiologi ekonomi dalam arti luas sebagai aplikasi kerangka berpikir, variabel-variabel, serta model penjelasan sosiologi pada berbagai kegiatan yang terkait dengan proses produksi, distribusi, pertukaran, maupun konsumsi atas suatu barang atau jasa.

Ilmu sosial yang termasuk di dalamnya adalah sosiologi, oleh Kuntowijoyo disebut sebagai ilmu profetik, yakni ilmu yang mengandung nilai-nilai Islam dan memiliki keberpihakan. Kuntowijoyo menilai, hal yang demikian sah disebut sebagai ilmu pengetahuan. Ilmu sosial profetik gagasan yang dilontarkan oleh Kuntowijoyo dari analisis (interpretasi) terhadap QS Al-Imran ayat 110.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ
آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ۝ ۱۱۰

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, diantara mereka yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik” (QS. Al-imran : 110).³²

Dalam ayat tersebut terdapat konsep-konsep penting yaitu konsep tentang umat terbaik, aktivisme sejarah, pentingnya sejarah dan etika profetik.

Karenanya, ilmu sosial profetik dibangun diatas pilar-pilar. Pertama, *amar*

³¹ Neil Fligstein and Cyrus Dioun, *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, Vol. VII (Berkeley: University of California, 2015), 67.

³² <https://tafsirq.com/3-ali-imran/ayat-110>. diakses pada tanggal 20 november 2019

ma'ruf (emansipasi), kedua, *nahi munkar* (liberasi) dan ketiga, *tu'manina billah* sebagai satu kesatuan.

Sosiologi ekonomi memiliki karakteristik perspektif (pandangan) tentang ekonomi yang berbeda dengan ilmu ekonomi pada umumnya. Pada ilmu ekonomi, tradisi analisis didasarkan pada asumsi-asumsi risiko (*risk*) dan ketidaktentuan (*uncertainty*) serta informasi sebagai biaya (*cost*). Sedangkan dalam sosiologi ekonomi berfokus pada masyarakat, institusi, dan problem-problem inti ekonomi.

Secara rinci, terdapat beberapa perbedaan antara teori sosiologi ekonomi dengan ilmu ekonomi yang dijabarkan sebagai berikut.³³

a. Konsep Aktor

Individu merupakan titik tolak analisis dalam ilmu ekonomi. Sedangkan dalam kajian sosiologi ekonomi, titik tolak analisis berpusat pada kelompok, institusi, serta masyarakat.

b. Konsep Tindakan Ekonomi

Pada bidang ekonomi mikro, aktor diasumsikan memiliki seperangkat preferensi dan pilihan yang telah tersedia dan stabil. Berbagai hal tersebut kemudian menjadi opsi atau alternatif dari tindakan aktor untuk memaksimalkan pemanfaatan (individu) maupun keuntungan (perusahaan). Pada kajian ilmu ekonomi, tindakan tersebut merupakan tindakan rasional secara ekonomi. Sebaliknya, pada kajian sosiologi memberikan beberapa tipe kemungkinan tindakan ekonomi yang bersifat rasional, tradisional, maupun spekulatif-irrasional.

³³Tim Penyusun, *Modul Sosiologi Ekonomi.*, 3-9.

Selain itu, pada aspek ini kajian ekonomi mengidentifikasi tindakan rasional dengan penggunaan sumber daya langka yang efisien, sehingga jangkauan tindakan rasionalnya cenderung sempit. Sedangkan sosiologi ekonomi mengidentifikasi tindakan rasional dengan lebih luas dan membaginya dalam beberapa tipe. Pertama, tindakan rasionalitas formal mengidentifikasi tindakan rasional dengan memaksimalkan pemanfaatan dalam kondisi kelangkaan dan secara kualitatif. Kedua, tindakan rasionalitas substantif mengidentifikasi tindakan rasional yang mengacu pada prinsip seperti loyalitas komunal maupun nilai-nilai sakral. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa ekonom memandang rasionalitas sebagai suatu asumsi, sedangkan para sosiolog memandangnya sebagai suatu variabel, serta sebagai suatu fenomena yang perlu dijelaskan, bukan diasumsikan.

c. Hambatan pada Tingkatan Ekonomi

Pada kajian ilmu ekonomi, tindakan ekonomi dibatasi oleh selera dan kelangkaan sumber daya, termasuk keterbatasan teknologi. Dalam ilmu ekonomi, pengaruh aktif dari orang dan kelompok lain, maupun pengaruh struktur institusional dikesampingkan. Sedangkan pada sosiologi ekonomi, ditekankan bahwa pengaruh tersebut memiliki dampak penting dalam analisis atas tindakan ekonomi. Aktor-aktor lain dapat memudahkan, menghambat, maupun membatasi tindakan individu dalam kegiatan ekonomi.

d. Hubungan Ekonomi dengan Masyarakat

Fokus pada kajian ekonomi adalah pertukaran ekonomi, pasar, dan ekonomi. Hingga pada tingkat tertentu, masyarakat kerap kali dipandang

berada di luar jangkauan itu. Sebaliknya, sosiologi ekonomi selalu memandang bahwa proses ekonomi merupakan bagian organik dari masyarakat, yang terus menerus berinteraksi dengan kekuatan-kekuatan lainnya. Sehingga, sosiologi ekonomi kemudian memusatkan perhatian pada tiga garis analisis utama, yakni 1) analisis sosiologis atas proses ekonomi; 2) analisis atas hubungan dan interaksi antara ekonomi dan masyarakat, serta; 3) studi tentang perubahan parameter institusional dan kultural yang merupakan konteks kemasyarakatan ekonomi.

e. Tujuan Analisis

Baik dalam kajian ilmu ekonomi maupun sosiologi ekonomi, para ahli di dalamnya memiliki minat dalam menjelaskan suatu fenomena. Akan tetapi, dalam kajian ilmu ekonomi, para ahli cenderung menekankan pentingnya prediksi, dan bersikap kritis terhadap analisis yang terlalu deskriptif dan teoritis. Sedangkan dalam kajian sosiologi ekonomi, para ahli justru kurang dalam memberikan prediksi. Akibatnya, para sosiolog kerap memberi kritik atas hasil dari para ekonom yang model-modelnya bersifat formal dan abstrak, serta mengabaikan data empiris.

f. Metode yang Digunakan

Penekanan adanya prediksi pada suatu fenomena, merupakan salah satu penyebab ekonomi menempatkan nilai tinggi prediksi tersebut dalam menyampaikan hipotesis dan modelnya dalam bentuk matematis. Dalam pencarian data empiris, para ekonom cenderung mengandalkan data yang dihasilkan melalui proses ekonomi itu sendiri, misalnya adalah agregasi perilaku pasar, transaksi bursa efek, maupun statistik ekonomi dari lembaga resmi. Sebaliknya, para sosiolog sangat mengandalkan beragam

metode, termasuk analisis atas data sensus, analisis survei independen, observasi partisipan dan studi lapangan, maupun analisis atas data historis kualitatif dan komparatif.

g. Tradisi Intelektual

Para ekonom dan sosiolog tidak hanya memiliki sandaran pada tradisi intelektual yang berbeda, namun juga memiliki anggapan dan pandangan yang berbeda pula atas tradisi yang dimiliki. Para ekonom menunjukkan rendahnya minat studi dan penafsiran atas model klasik mereka. Sehingga para ekonom memperlihatkan adanya perbedaan yang cukup signifikan atas teori ekonomi terbarunya dengan sejarah pemikiran ekonomi. Sedangkan para sosiolog justru memandang bahwa dua aspek dari teori klasik dan perkembangan terbaru sebagai dua aspek yang berkaitan erat.

2. Konsep Tindakan Ekonomi dalam Sosiologi Ekonomi Islam

Baik ekonomi konvensional maupun ekonomi Islam, masing-masingnya memandang adanya masalah yang sama dalam menjelaskan konsep tindakan atau perilaku ekonomi. Anggapan tersebut dinyatakan bahwa aktor (pelaku usaha, agen, maupun pedagang) mendasarkan tindakan atas prinsip rasionalitas dan nilai kebermanfaatan (*utilitas*). Prinsip tersebut digunakan untuk menjelaskan terkait transaksi atau hubungan ekonomi yang dilandasi individualism, bahwa motif manusia dalam melakukan kegiatan atau aktivitas ekonomi adalah adanya kepentingan individu.

Dalam kajian ekonomi secara Islam, tindakan ekonomi manusia melihat aktor sebagai entitas yang dikonstruksikan secara sosial, yang disebut sebagai *'amal al iqtishadiy* atau *al tadabir al-iqtishadiyar*. *Amal* atau perbuatan mengandung makna atau bernuansa ekonomik atau bahkan

dimaksudkan sebagai motif ekonomi. *'Amal* merupakan bagian dari konsep sosiologi karena dapat dilihat dari kerangka hubungan dan interaksi yang terjadi antar sesama manusia (*hablum min al-nas*) dan terikat oleh bingkai *ilahiyyat*-nya sebagai bentuk peribadatan dalam konteks *hablum min Allah*. Dengan demikian, tindakan ekonomi termasuk perilaku produsen dalam perspektif sosiologi ekonomi islam merupakan tindakan yang dilandasi atas kesadaran yang bercorak pada *ilahiyyat* (keimanan) serta *insaniyyat* (kemanusiaan) sekaligus.³⁴

a. *Ilahiyyat*

Ilahiyyat menekankan bahwa semua kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan produksi yang dilakukan oleh manusia adalah dalam rangka mengesakan dan beribadah kepada Allah SWT. Dengan prinsip setiap perbuatan seseorang akan memiliki unsur moral, etika, dan ibadah. Di mana setiap tindakan seseorang tidak bisa lepas dari nilai yang secara vertikal merefleksikan moralitas yang baik dan hubungan dengan Allah SWT. Nilai moral *samaah* (lapang dada, lebar tangan, dan murah hati) ditegaskan sebagai prasyarat pelaku ekonomi untuk mendapatkan rahmat dan kasih dari Allah SWT.

Lebih lanjut lagi, tindakan yang bersumber dari Ilahi merupakan nilai yang dititahkan Allah kepada Rasul-Nya, yang berbentuk takwa, iman, ihsan, adil, dan sebagainya yang diabadikan dalam wahyu Ilahi. Agama atau *religion* merupakan referensi utama nilai moral dan etika sebagai

³⁴Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo: STIEF-IPMAFA, 2016), 28-38.

acuan bertindak manusia. Tuhan sebagai pemilik otoritas penuh sekaligus sumber utama ajaran agama telah menetapkan kebenaran dan kesalahan.³⁵

Tindakan yang bersumber dari agama bersifat statis dan kebenarannya bersifat mutlak. Perilaku manusia harus mencerminkan kehendak Tuhan untuk kepentingan dan kebaikan manusia sendiri. Sebagaimana halnya tata nilai yang harus bersumber pada kebenaran dan kecintaan kepada-Nya, ia pun sekaligus menuju kebenaran dan mengarah kepada persetujuan (ridho-Nya) yaitu *sa'adah fi al dunya wa sa'adah fi al-akhirat*.³⁶

Dalam upaya mencapai *sa'adah* (kebahagiaan) tersebut manusia, termasuk pelaku usaha harus melakukan kegiatan ekonomi yang bersumber dari Al-Quran dan hadis. Tindakan ekonomi yang diilhami oleh ajaran ketuhanan tersebut melarang para pebisnis untuk melakukan tindakan bisnis yang merugikan orang lain, sebab pada hakikatnya tindakan tersebut berujung pada karma, dimana konsekuensi dari tindakan tersebut tidak hanya merugikan orang lain, melainkan juga membuat pelaku usaha menderita akibat tidak adanya ketenangan setelah melakukan tindakan yang merugikan orang lain. Sebaliknya, dengan perilaku yang sesuai dengan ajaran agama niscaya membuat pelakunya merasa tenang dan damai karena tidak dibayang-bayangi oleh rasa salah terhadap orang lain.

b. *Insaniyyat*

Jika *ilahiyyat* merefleksikan adanya tindakan seseorang yang tidak terlepas dari nilai yang secara vertikal merefleksikan hubungannya dengan

³⁵Muhammad, *Paradigma, Metodologi, dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 64

³⁶*Ibid.*

Allah SWT, maka pada konsep *insaniyyat* merefleksikan adanya nilai yang secara vertikal merupakan tindakan seseorang yang dilandasi atas manfaat bagi manusia dan makhluk. Sehingga pada dasarnya *ilahiyyat* dan *insaniyyat* bukan sesuatu yang berbanding terbalik, melainkan bersifat komplementer. *Insaniyyat* bersumber dari kreativitas dan konsesus pemikiran manusia demi kepentingan dan kebaikan manusia sendiri, di mana tindakan manusia dalam hal ini bersifat dinamis yang dibatasi ruang dan waktu.

Tindakan yang merupakan hasil konsesus setiap anggota masyarakat kemudian melembaga menjadi sebuah tradisi yang dapat secara terus menerus diwariskan kepada generasi sesudahnya. Namun demikian, sebagai tindakan yang bersifat dinamis, tidak semua nilai yang telah melembaga menjadi tradisi yang dianut pada masa kini dianggap relevan dengan kondisi dan situasi kehidupan generasi sesudahnya.