

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Tinjauan Tentang strategi

##### 1. Pengertian strategi

Strategi memiliki pengertian bermacam-macam, menurut Hamel dan Prahalad strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan dengan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan para pelanggan di masa depan. Porter yang dikutip oleh Husein Umar menyatakan bahwa :” Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing”.<sup>1</sup>

Strategi merupakan rencana yang disatukan secara luas dan menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat di capai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Pengertian secara umum strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan menurut Michael Porter Strategi yaitu penerapan suatu cara agar perusahaan dapat terus berkembang dan dapat meningkatkan laba serta dapat terus bersaing di kancah perekonomian.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Raja Grafindo, 2010),17.

<sup>2</sup>Anggun, “*Berbagai Jenis Strategi*”, <http://anggunfreeze.blogspot.co.id/2012/12/berbagai-jenis-strategi-di-tingkat-unit.html>, diakses pada tanggal 10 Juli 2017

Menurut Michael Porter, ada landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, keunggulan diferensiasi dan keunggulan fokus, dalam hal ini peneliti hanya mengulas tentang keunggulan fokus, keunggulan fokus adalah membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen. Strategi ini digunakan oleh perusahaan kecil dalam melakukan persaingan di perekonomian. Jadi, strategi adalah seperangkat aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan untuk memperoleh keunggulan kompetisi dalam pasar agar lebih baik dari pesaingnya.<sup>3</sup>

## 2. Tingkatan strategi

Dalam Manajemen strategi, perusahaan pada umumnya mempunyai tiga level atau tiga tingkatan strategi, yaitu:

### 1) Strategi Korporasi

Strategi ini berusaha mengeksploitasi kompetensi khusus perusahaan dengan mengadopsi pendekatan terhadap manajemen bisnisnya dan mengembangkan rencana jangka panjang, umumnya untuk periode tiga sampai lima tahun.<sup>4</sup>

### 2) Strategi Unit Bisnis

Strategi ini biasa dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan

---

<sup>3</sup>Ayu Setyaningsih, "Peranan Strategi Fokus Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Muslim (Studi Pada Karyawan UD. Universal Bakery Dusun Grau Desa Garu Kec, Baron Kab. Nganjuk)" (Skripsi : STAIN Kediri, 2013), 11-12.

<sup>4</sup>Pearce Robinson, *Manajemen strategi Formulasi, Implementasi, dan Pengendali* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 8.

dalam Industrinya atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi bisnis yang diimplementasikan biasanya merupakan salah satu strategi overall cost leadership, atau diferensiasi.

### 3) Strategi Fungsional

Strategi ini menekankan terutama pada pemaksimal sumber daya produktivitas. Dalam batasan oleh perusahaan dan strategi bisnis yang berada di sekitar mereka, departemen fungsional seperti fungsi-fungsi pemasaran, SDM, Keuangan, Produk, pengembangan strategi untuk mengumpulkan bersama-sama berbagai aktivitas dan kompetensi mereka guna meningkatkan kinerja perusahaan.<sup>5</sup>

### 3. Kajian tentang strategi fokus

Strategi fokus merupakan sejumlah kegiatan yang dirancang untuk memproduksi produk-produk yang melayani kebutuhan dari sebuah segmen tertentu. Strategi ini merupakan strategi yang berbeda dengan strategi lainnya karena dalam hal ini menekankan pilihan akan cakupan bersaing yang cukup sempit dalam suatu Industri. Dengan mengoptimalkan strategi untuk segmen pasar, perusahaan yang menggunakan strategi fokus berusaha untuk mencapai keunggulan bersaing di dalam segmen sasaran tertentu, dalam hal ini strategi fokus memiliki dua kriteria, yaitu dalam fokus biaya dan fokus diferensiasi. Fokus biaya yaitu perusahaan mengusahakan keunggulan biaya dalam segmen sasarannya, sedangkan dalam fokus diferensiasi, perusahaan mengusahakan diferensiasi dalam segmen tertentu.

---

<sup>5</sup>Husein Umar, *Desain Penelitian*, 17-18.

Apabila perusahaan dapat mencapai keunggulan biaya yang dapat dipertahankan (fokus biaya) atau (fokus diferensiasi) dalam segmennya sehingga segmen tersebut menarik secara struktural, maka perusahaan yang menerapkan fokus akan menjadi perusahaan yang berkinerja tinggi di dalam Industrinya. Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing dalam segmen yang menjadi target, meskipun tidak memiliki area yang luas dalam Industri. Pada dasarnya perusahaan dapat melayani segmen tertentu dari Industri secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dari pesaingnya.<sup>6</sup> Selain itu, perusahaan yang memilih strategi fokus secara potensial juga dapat menghasilkan laba di atas rata-rata untuk Industrinya. Strategi focus dapat berarti bahwa perusahaan mempunyai posisi biaya rendah dengan target strategisnya.<sup>7</sup>

Strategi fokus digunakan untuk membangun keunggulan bersaing dalam suatu segmen pasar yang lebih sempit. Strategi jenis ini ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relatif kecil dan dalam pengambilan keputusannya untuk membeli tidak dipengaruhi oleh harga. Dalam pelaksanaannya - terutama dalam pada perusahaan skala menengah dan besar, strategi fokus diintegrasikan dengan salah satu dari dua strategi generik lainnya: strategi biaya rendah atau strategi pembedaan karakteristik produk. Strategi ini biasa digunakan oleh pemasok "*niche market*" (segmen khusus/khas dalam suatu pasar tertentu, disebut pula

---

<sup>6</sup>Ibid., 12-13.

<sup>7</sup>Michael E. Porter, *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis industri dan pesaing* (Jakarta: Erlangga, 1992), 35.

sebagai ceruk pasar untuk memenuhi kebutuhan suatu produk - barang dan jasa - khusus.

Syarat bagi penerapan strategi ini adalah adanya besaran pasar yang cukup (*market size*) terdapat potensi pertumbuhan yang baik, dan tidak terlalu diperhatikan oleh pesaing dalam rangka mencapai keberhasilannya (pesaing tidak tertarik untuk bergerak pada ceruk tersebut). Strategi ini akan menjadi lebih efektif jika konsumen membutuhkan suatu kekhasan tertentu yang tidak diminati oleh perusahaan pesaing. Biasanya perusahaan yang bergerak dengan strategi ini lebih berkonsentrasi pada suatu kelompok pasar tertentu (*niche market*), wilayah geografis tertentu, atau produk - barang atau jasa tertentu dengan kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen secara baik, *excellent delivery*.<sup>8</sup>

## **B. Tinjauan Eksistensi**

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan.<sup>9</sup> Sedangkan, menurut Abidin Zaenal, eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup>Ibid., 37

<sup>9</sup>Kamus besar bahasa indonesia.

<sup>10</sup>Abidin Zainal, *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, . 2007. 16.

Eksistensi bisa kita kenal juga dengan satu kata yaitu keberadaan. Keberadaan yang di maksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita. Konsep eksistensi menurut Save M. Dagun dalam kehidupan sosial manusia yang terpenting dan terutama adalah keadaan dirinya sendiri atau eksistensi dirinya. Eksistensi dapat diartikan sesuatu yang menganggap keberadaan manusia tidaklah statis tetapi senantiasa menjadi, artinya manusia itu selalu bergerak dari kemungkinan ke kenyataan. Proses ini berubah bila kini menjadi suatu yang mungkin maka besok akan berubah menjadi kenyataan karena, manusia itu memiliki kebebasan maka gerak perkembangan ini semuanya berdasarkan pada manusia itu sendiri. Bereksistensi berarti berani mengambil keputusan yang menentukan bagi hidupnya. Konsekuensinya jika kita tidak bisa mengambil keputusan dan tidak berani berbuat maka kita tidak bereksistensi dalam arti yang sebenarnya.<sup>11</sup>

### C. *Home industry*

#### 1. **Pengertian *Home industry***

Istilah *Home industry* atau usaha di rumah adalah tempat tinggal yang merangkap tempat usaha, baik itu berupa usaha jasa, kantor hingga perdagangan. Semula pelaku *home industry* yang memiliki desain ini adalah kalangan enterpreneur dan profesional, yang sekarang mulai meluas pada kalangan umum, untuk memiliki lokasi yang strategis untuk tempat berkembangnya usaha jenis rumahan ini tidak terlepas dari berkembangnya virus enterpreneur/kewirausahaan yang berperan membuka pola pikir ke

---

<sup>11</sup>Save M Dagun, *kamus besar ilmu pengetahuan* (Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, 1997), 202

depan masyarakat bahwa rumah bukan hanya sebagai tempat tinggal namun dapat digunakan juga sebagai tempat mencari penghasilan.

Usaha kecil yang dimaksud disini meliputi usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Usaha kecil informal merupakan usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum. Pengusaha kecil yang termasuk dalam kelompok ini antara lain petani penggarap, pedagang kaki lima, dan pemulung. Sedangkan yang dimaksud usaha kecil tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun, dan berkaitan dengan seni dan budaya.<sup>12</sup>

Adapun kriteria-kriteria *Home industry* yang peneliti temukan yaitu:

- a. Tidak ada pemberi kerja (seseorang, perorangan atau badan usaha).
- b. Pekerja *Home industry* bekerja atas usaha sendiri.
- c. Memungkinkan untuk merekrut orang lain (dalam jumlah yang mungkin tidak besar) dan orang lain yang direkrut tersebut bisa berstatus sebagai karyawan.
- d. Yang memberikan upah adalah pemilik home industry. Pemilik *Home industry* mendapat keuntungan dan karyawan mendapatkan upah.

---

<sup>12</sup>Sopiah dan Syihabudhin, *Manajemen bisnis Ritel*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), 210

- e. Para pekerja ini umumnya berhubungan langsung dengan pasar. Mereka menghadapi langsung dengan perusahaan lain.
- f. Hasil produksi ditentukan oleh pekerja *Home industry* itu sendiri. Para pekerja juga bisa mengatur bahan baku dan alat-alat terkait lainnya sendiri, dan menanggung biaya untuk kebutuhan memproduksi barang.

Pengembangan Industri kecil di pedesaan mempunyai peranan penting dan strategis karena:

- a. Letaknya di daerah pedesaan, maka diharapkan tidak menambahkan tidak menambahkan migrasi ke kota atau dapat mengurangi urbanisasi.
- b. Sifatnya padat tenaga kerja dapat menampung pengangguran dan meningkatkan pendapatan keluarga.
- c. Masih memungkinkan bagi tenaga kerja Industri kerajinan di sektor pertanian sebagai buruh maupun butuh tani saat luang karena letaknya yang dekat.
- d. Pengangguran teknologi yang sederhana, mudah dipelajari dan dilaksanakan.

Industri kecil atau Industri kerajinan sangat bermanfaat bagi penduduk, terutama penduduk golongan ekonomi lemah, karena sebagian pelaku industry kecil adalah golongan tersebut. Industry di pedesaan mempunyai manfaat yang besar karena: 1) dapat memberikan lapangan kerja pada penduduk pedesaan yang umumnya tidak bekerja secara utuh, 2)

memberikan tambahan pendapatan tidak saja bagi pekerja atau kepentingan keluarga, tetapi juga anggota keluarga yang lain, 3) dalam beberapa hal mampu memproduksi barang-barang keperluan penduduk setempat dan daerah sekitarnya secara lebih efisien dan lebih murah dibanding *Industry* besar.<sup>13</sup>

## 2. Jenis-jenis *Home industry*

Sebelum memulai usaha, terlebih dahulu perlu pemilihan bidang yang ingin ditekuni. Pemilihan bidang usaha ini penting agar kita mampu mengenal seluk beluk usaha tersebut dan mampu mengelolanya. Pemilihan bidang ini harus disesuaikan dengan minat dan bakat seseorang karena minat dan bakat merupakan faktor penentu dalam menjalankan usaha.<sup>14</sup>

a. Berdasarkan SK Menteri Perindustrian No.19/M/I/1986 bahwa:

- 1) Industri kimia dasar contohnya seperti semen, obat-obatan, kertas, pupuk, dan sebagainya.
- 2) Industri mesin dan logam dasar, misalnya seperti pesawat terbang, kendaraan bermotor, tekstil, dll.
- 3) Industri kecil contoh Industri roti, kompor minyak, makanan ringan, es, minyak goreng curah, dll.

b. Berdasarkan jumlah tenaga kerja:

- 1) Industri rumah tangga, adalah Industri yang jumlah karyawan/ tenaga kerja berjumlah antara 1-4 orang.

---

<sup>13</sup>Mubyarto, *Politik Pertanian dan pengembangan pedesaan* (Yogyakarta: BPFE, 1983), 216.

<sup>14</sup>Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 39-41

- 2) Industri kecil adalah Industri yang jumlah karyawan/ tenaga kerja berjumlah antara 5-19 orang.
- 3) Industri sedang atau Industri menengah adalah Industri yang jumlah karyawan/tenaga kerja berjumlah 20-99 orang.
- 4) Industri besar adalah yang jumlah karyawan/tenaga kerja berjumlah antara 100 orang atau lebih.

c. Berdasarkan pemilihan lokasi

- 1) Industri yang berorientasi atau menitikberatkan pada dasar (*market oriented industry*) adalah Industri yang didirikan sesuai dengan lokasi potensi target konsumen. Industri jenis ini akan mendekati kantong-kantong di mana konsumen potensial berada. Semakin dekat ke pasar akan semakin menjadi lebih baik.
- 2) Industri yang berorientasi atau menitikberatkan pada tenaga kerja/ labor (*man power oriented industry*) adalah Industri yang berada pada lokasi di pusat pemukiman penduduk karena biasanya jenis Industri tersebut membutuhkan banyak pekerja/pegawai untuk lebih efektif dan efisien.
- 3) Industri yang berorientasi atau menitikberatkan pada tenaga kerja/labor (*man power oriented industry*) adalah jenis Industri yang mendekati lokasi dimana bahan baku berada untuk memangkas atau memotong biaya transportasi yang besar.

- d. Berdasarkan produktifitas perorangan
- 1) Industri primer adalah Industri yang barang-barang produksinya bukan hasil olahan langsung atau tanpa diolah terlebih dahulu contohnya adalah hasil produksi pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, dan sebagainya.
  - 2) Industri sekunder adalah Industri yang bahan mentah diolah sehingga menghasilkan barang-barang untuk diolah kembali. Misalnya adalah pemintalan benang sutra, komponen elektronik, dan sebagainya.
  - 3) Industri tersier adalah Industri yang produk atau barangnya berupa layanan jasa. Contoh seperti telekomunikasi, transportasi, perawatan kesehatan, dan sebagainya.

### 3. Peranan strategis *Home industry*

*Home industry* memiliki peranan penting dalam mendorong pembangunan pedesaan. Upaya pemberdayaan Industri pedesaan bukanlah hal yang baru.<sup>15</sup> Pada umumnya Industri kecil berkembang karena adanya semangat kewirausahaan masyarakat lokal. Keberadaan industri kecil dapat berpotensi sebagai penggerak tumbuhnya kegiatan ekonomi di suatu kawasan yang meningkatkan kesejahteraan penduduk, maka disampaikan bahwa beberapa keunggulan industri kecil yang berskala besar, yaitu 1) Inovasi teknologi lebih mudah dalam pengembangan produk, 2) hubungan kemanusiaan yang akrab dalam perusahaan kecil, 3) kemampuan

---

<sup>15</sup>Hermen Malik, *Bangun Industri Desa Selamatkan Bangsa* (Bogor: IPB Taman Kencana, 2015), 167

menciptakan kesempatan cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja, 4) fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibandingkan dengan perusahaan skala besar yang pada umumnya sangat birokratis, 5) terdapat dinamisme managerial dan peranan kewirausahaan.<sup>16</sup>

#### 4. Karakteristik *Home industry*

Karakteristik *Home industry* yaitu antara lain sebagai berikut:

- a. Usaha yang terbentuk biasanya relatif kecil.
- b. Usaha yang biasanya dikelola oleh pemiliknya sehingga disebut owner-manager yang biasanya bertindak sebagai pemimpin yang memberikan arahan kepada beberapa karyawan yang tidak terlalu banyak dan tidak spesialisasi untuk menjalankan usaha.
- c. Penanggung jawab pengambilan keputusan biasanya dipegang oleh satu orang dan kurang memberikan wewenang kepada orang lain.
- d. Biasanya organisasi usaha tanpa adanya spesialisasi fungsional.<sup>17</sup>

#### 5. Manfaat *Home industry*

Adapaun manfaat adanya wirausaha terutama *Home industry* banyak sekali. Lebih rincinya manfaatnya antara lain:

- a. Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran.
- b. Sebagai generator pembangunan, lingkungan, bidang produksi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, kesejahteraan, dan sebagainya.

---

<sup>16</sup>Ibid., 169.

<sup>17</sup>Bintoro, *Buku Penuntun Geografi Sosial* (Yogyakarta: U.P Spring, 1977), 88

- c. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain sebagai pribadi unggul yang patut di contoh, diteladani, karena seorang wirausaha itu adalah orang terpuji, jujur, hidup tidak merugikan orang lain.<sup>18</sup>

## **D. Tinjauan Tentang Produksi Dalam Pandangan Ekonomi Islam**

### **1. Definisi Produksi**

Kata “produksi” telah menjadi bahasa Indonesia, setelah diserap didalam pemikiran ekonomi bersamaan dengan kata “distribusi”. Dalam kamus Inggris-Indonesia kata “*production*” secara linguistik mengandung arti penghasilan.<sup>19</sup> Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghasilkan suatu produk, baik barang atau jasa yang kemudian dimanfa’tkan oleh konsumen. Secara teknis produksi adalah proses mentransformasi input menjadi output, tetapi definisi produksi dalam pandangan ilmu ekonomi jauh lebih luas. Beberapa ahli ekonomi Islam memberikan definisi yang berbeda mengenai pengertian produksi, meskipun substansinya sama. Berikut ini beberapa pengertian produksimenurut ekonom Muslim kontemporer.

- a. Kahf (1992) mendefinisikan kegiatan produksi dalam perspektif Islam sebagai usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya, tetapi juga moralitas, sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana digariskan dalam agama Islam, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat.

---

<sup>18</sup>Buchori Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2006), 1-2

<sup>19</sup>Mawardi, *Ekonomi Islam* (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007) 64.

- b. Rahman (1995) menekankan pentingnya keadilan dan pemerataan produksi (distribusi produksi secara merata).
- c. UI Haq (1996) menyatakan bahwa tujuan dari produksi adalah memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang merupakan *fardlu kifayah*, yaitu kebutuhan yang dibagi banyak orang pemenuhannya bersifat wajib.
- d. Siddiqi (1992) mendefinisikan kegiatan produksi sebagai penyediaan barang dan jasa dengan memperhatikan nilai keadilan dan kebajikan/kemanfa'atan (*mashlahah*) bagi masyarakat.

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepentingan manusia, yang sejalan dengan moral Islam, harus menjadi fokus atau target dari kegiatan produksi. Produksi adalah proses mencari, mengolakan dan mengolah sumber daya menjadi output dalam rangka meningkatkan *mashlahah* bagi manusia. Oleh karena itu, produksi juga mencakup aspek tujuan kegiatan menghasilkan output serta karakter-karakter yang melekat pada proses dan hasilnya.<sup>20</sup>

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:

#### 1) Guna bentuk

Guna bentuk yaitu, di dalam melakukan proses produksi, kegiatannya ialah mengubah bentuk suatu barang sehingga barang tersebut mempunyai nilai ekonomis.

---

<sup>20</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UIN Yogyakarta, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 230-231.

2) Guna jasa

Guna jasa adalah kegiatan produksi yang memberikan pelayanan jasa.

3) Guna tempat

Guna tempat adalah kegiatan produksi yang memanfaatkan tempat tempatdi mana suatu barang memiliki nilai ekonomis.

4) Guna waktu

Guna waktu adalah kegiatan produksi yang memanfaatkan waktu tertentu.

5) Guna milik

Guna milik adalah kegiatan produksi yang memanfaatkan modal yang di miliki untuk dikelola orang lain dan dari tersebut ia mendapatkan keuntungan.<sup>21</sup>

Agar hasil produksi dapat dimanfa'tkan oleh konsumen, harus dilakukan pemasaran atau penjualan. Pemasaran atau penjualan dalam perusahaan adalah menyampaikan barang kebutuhan yang dihasilkan kepada konsumen atau orang yang memerlukan dengan imbalan uang atau menurut harga yang ditentukan.<sup>22</sup>

## 2. Produksi Dari Sudut Pandang Islam

Motif utama konsep produksi yang sangat memaksimalkan keuntungan dan kepuasan yang menjadi pendorong utama sekaligus tujuan dari keputusan ekonomi dalam pandangan ekonomi konvensional, bukannya

---

<sup>21</sup>Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2010),149-150.

<sup>22</sup>J.Soedarsono, *Pengantar Ekonomi Perusahaan* (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002),122.

salah ataupun dilarang di dalam Islam. Islam hanya ingin menempatkan pada posisi yang benar, bahwa semua motif utama dari kegiatan berproduksi yakni dalam rangka memaksimalkan kepuasan dan keuntungan di akhirat.

Maka konsep produksi dalam Islam tidak semata-mata hanya ingin memaksimalkan keuntungan dunia saja akan tetapi yang lebih penting lagi adalah, untuk mencapai maksimalisasi keuntungan diakhirat.

Konsep produksi dalam Islam adalah konsep produksi menurut Al-Quran dan Hadist, dan ini sangat erat sekali hubungannya dengan sistem ekonomi Islam, yaitu kumpulan dasar- dasar ekonomi yang di simpulkan dari Al- Quran dan Hadist. Tujuan dari konsep produksi dalam Islam dapat di lihat pada Al- Quran.

Sesungguhnya Islam menerima motif-motif berproduksi yang menjadi tujuan dan pendorong dalam ekonomi konvensional. Hanya bedanya, lebih jauh Islam juga menjelaskan norma – norma atau nilai- nilai moral di samping manfaat ekonomi. Bahkan sebelum itu, Islam menjelaskan mengapa produksi harus dilakukan.

Menurut ajaran Islam, manusia adalah Khalifatullah atau wakil dari Allah di muka bumi yang berkewajiban untuk memakmurkan bumi dengan jalan beribadah kepada- Nya. Karena Allah adalah satu- satunya pencipta alam semesta, pemilik, dan pengendali alam raya semesta ini yang dengan takdir- Nya menghidupkan dan mematikan serta mengendalikan alam raya semesta ini dengan ketetapan- Nya. Norma- norma tentang konsep produksi dalam Islam dapat juga dilihat dalam Al- Quran.

Islam selalu mendorong kemajuan di bidang produksi. Menurut Yusuf Qardhawi, Islam membuka lebar penggunaan metode ilmiah yang didasarkan pada penelitian, eksperimen, dan perhitungan. Akan tetapi Islam tidak membenarkan penemuan terhadap hasil karya ilmu pengetahuan dalam arti melepaskan dirinya dari Al- Quran dan Hadist. Teknik produksi diserahkan kepada keinginan dan kemampuan manusia. Dalam berinovasi dan berexperimen, pada prinsipnya agama Islam menyukai kemudahan, menghindari mudharat dan memaksimalkan manfaat. Dalam Islam tidak terdapat ajaran yang memerintahkan membiarkan segala urusan berjalan dalam kesulitannya, karena pasrah kepada keberuntungan atau kesialan, karena beralih dengan ketetapan dan ketentuan Allah, atau karena tawakal kepada- Nya, sebagaimana keyakinan yang terdapat di dalam agama- agama selain Islam. Sesungguhnya Islam mengingkari itu semua dan menyuruh untuk bekerja dan berbuat, bersikap hati- hati dan melaksanakan semua persyarata. Tawakal dan sabar adalah konsep penyerahan hasil kepada Allah SWT. Sebagai pemilik hak prerogatif yang menentukan segala sesuatu setelah segala usaha dan persyaratan dipenuhi dengan optimal. Adapun kaidah-kaidah dalam berproduksi antara lain adalah:

- a. Memproduksi barang dan jasa yang halal pada setiap tahapan produksi.
- b. Mencegah kerusakan di muka bumi, termasuk membatasi polusi, memelihara keserasian, dan ketersediaan sumber daya alam.

- c. Produksi di maksudkan untuk memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat serta mencapai kemakmuran. Kebutuhan yang harus di penuhi harus berdasarkan prioritas yang ditetapkan agama, yakni terkait dengan kebutuhan untuk tegaknya kaidah/ agama, terpeliharanya nyawa, akal dan keturunan/ kehormatan, serta untuk kemakmuran material.
- d. Produksi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari tujuan kemandirian umat. Untuk itulah maka umat memiliki berbagai kemampuan, keahlian, dan prasarana yang memungkinkan terpenuhinya kebutuhan spiritual dan material. Juga terpenuhinya kebutuhan pengembangan peradaban, di mana dalam kaitan tersebut para ahli fiqih memandang bahwa pengembangan di bidang ilmu, industri, perdagangan, keuangan merupakan fardhu kifayah, yang dengannya manusia bisa melaksanakan urusan agama dan dunianya.
- e. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia baik kualitas spiritual maupun mental dan fisik. Kualitas spiritual terkait dengan kesadaran rohaninya, kualitas mental terkait dengan etos kerja, intelektual, kreatifitasnya, serta fisik mencakup kekuatan fisik, kesehatan, efisiensi dan sebagainya. Menurut Islam, kualitas rohiah individu mewarnai kekuatan-kekuatan lainnya, sehingga membina kekuatan rohiah menjadi unsur penting dalam produksi Islami.

### 3. Prinsip-Prinsip Produksi

Produksi adalah sebuah proses yang terlahir di muka bumi inisemenjak manusia menghuni planet ini. Produksi sangat prinsip bagi kelangsungan hidup dan juga peradaban manusia dan bumi. Sesungguhnya produksi lahir dan tumbuh dari menyatunya manusia dengan alam.<sup>23</sup>

Beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam produksi, antara lain dikemukakan Muhammad al-Mubarak seperti yang dikutip oleh Mawardi, sebagai berikut:

- a. Dilarang memproduksi dan memperdagangkan komoditas yang tercela karena bertentangan dalam syari'ah. Dalam sistem Ekonomi Islam tidak semua barang dapat diproduksi. Islam dengan tegas mengklasifikasikan barang-barang atau komoditas ke dalam dua kategori. Pertama, barang-barang yang disebutkan dalam Al-Qur'an "*Thayyibah*" yaitu barang yang secara hukum halal dikonsumsi dan diproduksi, "*khobaits*" yaitu barang yang secara hukum haram dikonsumsi dan diproduksi.
- b. Dilarang melakukan kegiatan produksi yang mengarah kepada kezaliman, seperti riba dimana kezaliman menjadi *illat* hukum bagiharamnya riba.
- c. Segala bentuk penimbunan terhadap barang-barang kebutuhan masyarakat, adalah dilarang sebagai perlindungan syari'ah terhadap konsumen.

---

<sup>23</sup>Adiwarman Azwar Karim, *Ekonomi Mikro Islami* ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2007),102.

d. Memelihara lingkungan. Manusia memiliki keunggulan dibandingkan makhluk lainnya. Ditunjuk sebagai wakil (*khalifah*) Tuhan di bumi bertugas menciptakan kehidupan dengan memanfaatkan sumber-sumber daya yang ada.<sup>24</sup>

Sedangkan menurut Abdul Mannan prinsip fundamental yang harus selalu diperhatikan dalam proses produksi adalah prinsip kesejahteraan ekonomi. Dalam sistem produksi Islam Konsep kesejahteraan ekonomi digunakan dengan cara yang lebih luas, artinya tidak hanya menambah pendapatan yang diakibatkan oleh meningkatnya produksi, yang dapat diukur dari segi uang, tetapi juga perbaikan dalam memaksimalkan terpenuhinya kebutuhan kita tetapi tetap memperhatikan tuntunan perintah-perintah Islam.<sup>25</sup>

#### 4. Tujuan Produksi

Islam menganggap kerja sebagai cara yang paling utama untuk mencari rezeki dan tiang pokok, sesungguhnya Allah akan memberikan balasan kepada mereka dengan balasan yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan. Sebagaimana dalam firman Allah SWT yang artinya “Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik daripada yang telah mereka kerjakan (QS. An-nahl, 97). Berproduksi itu hukumnya mubah dan

---

<sup>24</sup>Ibid.,

<sup>25</sup>Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), 54.

jelas berdasarkan As-Sunah. Sebab Rasulullah Saw pernah membuat cincin. Diriwayatkan dari Annas yang mengatakan: “Nabi SAW.telah membuat sebuah cincin” (HR.Imam Bukhari).

Dalam Islam, kata monzer kahf, tujuan produksi di latar belakang oleh tiga kepentingan yaitu:

- a. Produk-produk yang menjauhkan manusia dari nilai-nilai moralnya sebagaimana di tetapkan Al-Qur'an, dilarang. Semua jenis kegiatan dan hubungan Industri yang menurunkan martabat manusia atau menyebabkan dia terperosok kedalam kejahatan dalam rangka meraih tujuan ekonomi semata-mata, dilarang juga.
- b. Aspek sosial produksi ditekankan dan secara ketat dikaitkan dengan proses produksi. Sebetulnya distribusi keuntungan dari produksi diantara sebagian besar orang dan dengan cara yang seadil-adilnya adalah tujuan utama Ekonomi masyarakat.
- c. Masalah Ekonomi bukanlah masalah yang jarang terdapat dalam kaitannya dengan berbagai kebutuhan hidup tetapi ia timbul karena kemalasan dan kealpaan manusia dalam usahanya untuk mengambil manfaat sebesar-besarnya dari anugerah Allah SWT., baik dalam bentuk sumber daya manusia maupun sumber daya alami.

Tujuan produksi semata-mata adalah untuk menciptakan mashlahah yang optimum bagi konsumen atau bagi seluruh manusia. Dengan mashlahah yang optimum ini, maka akan tercapai falah yang merupakan tujuan akhir dari kegiatan ekonomi sekaligus tujuan hidup manusia. Falah adalah kemuliaan hidup didunia dan akhirat yang akan memberikan kebahagiaan yang hakiki bagi manusia.

## 5. Tujuan Produksi Menurut Islam

Sebagaimana telah dikemukakan, kegiatan produksi merupakan respon terhadap kegiatan konsumsi, atau sebaliknya. Produksi adalah kegiatan menciptakan suatu barang atau jasa, sementara konsumsi adalah pemakaian atau pemanfaatan hasil produksi tersebut. Kegiatan produksi dan konsumsi merupakan sebuah mata rantai yang saling berkait satu dengan lainnya. Oleh karena itu, kegiatan produksi harus sepenuhnya sejalan dengan kegiatan konsumsi. Apabila keduanya tidak sejalan, maka tentu saja kegiatan ekonomi tidak akan berhasil mencapai tujuan yang diinginkan. Misalnya, dalam konsumsi kita dilarang untuk memakan atau meminum barang-barang yang haram, seperti alkohol, babi, bangkai, binatang yang tidak disembelih atas nama Allah, dan binatang buas. Seorang konsumen yang berperilaku Islami juga tidak boleh melakukan *israf* atau berlebihan, tetapi hendaknya konsumsi dilakukan dalam takaran moderat. Perilaku konsumen yang seperti ini tentu akan sulit terwujud apabila kegiatan produksinya tidak sejalan. Misalnya produksi (dan mata rantainya, seperti pemasaran) alkohol yang marak, kemudian produsen memasarkan alkohol tersebut sedemikian rupa (dengan cara menarik) sehingga kemungkinan perilaku konsumen akan terpengaruh. Dalam situasi seperti ini implementasi perilaku yang Islami sulit direalisasikan. Jadi perilaku produsen harus sepenuhnya sejalan dengan perilaku konsumen.

Tujuan seorang konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa dalam perspektif ekonomi Islam adalah mencari *mashlahah* maksimum dan

produsen pun juga harus demikian. Dengan kata lain, tujuan kegiatan produksi adalah menyediakan barang dan jasa yang memberikan *mashlahah* maksimum bagi konsumen. Secara lebih spesifik, tujuan kegiatan produksi adalah meningkatkan kemaslahatan yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk diantaranya:

- a. Pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkat moderat.
- b. Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya.
- c. Menyiapkan persediaan barang/jasa di masa depan.
- d. Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah.