

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Industri

1. Pengertian Industri

Industri menurut Islam adalah tempat untuk melakukan aktifitas proses pengolahan dari produksi, biasanya berkaitan dengan apa yang diproduksi.¹ Menurut Maghfur Wachid, industri dilihat dari segi industri itu sendiri merupakan hak milik pribadi. Sebab, industri merupakan barang yang bisa dimiliki secara pribadi.² Menurut Ahmad Ifham Sholihin yang dimaksud dengan industri adalah kegiatan ekonomi yang menghasilkan barang atau jasa (industri).³

2. Klasifikasi Industri

Klasifikasi industri berdasarkan tenaga kerja dapat dibedakan menjadi:

- a. Industri rumah tangga, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari empat orang. Ciri industri ini memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya.
- b. Industri kecil, yaitu industri yang tenaga kerjanya berjumlah sekitar 3 sampai 19 orang. Ciri industri kecil adalah memiliki

¹ Mohamad Hidayat, *The Sharia Economic* (Jakarta Timur: PT. Bestari Buana Murni, 2010), 218.

² Magfur Wachid, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Prespektif Islam* (Surabaya: Risalah Gusti, 1999), 251.

³ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), 350.

modal yang relatif kecil, tenaga kerjanya berasal dari lingkungan sekitar atau masih ada hubungan saudara.

- c. Industri sedang, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja sekitar 20 sampai 99 orang. Ciri industri sedang adalah memiliki modal yang cukup besar, tenaga kerja memiliki ketrampilan tertentu dan pemimpin perusahaan memiliki kemampuan manajerial tertentu.
- d. Industri besar, yaitu industri dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang. Ciri industri besar adalah memiliki modal besar yang dihimpun secara kolektif dalam bentuk pemilikan saham, tenaga kerja harus memiliki ketrampilan khusus, dan pimpinan perusahaan dipilih melalui uji kemampuan dan kelayakan.⁴

3. Produk

a. Pengertian produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Ia bisa berbentuk fisik dan kasat mata, bisa juga sesuatu yang tidak kelihatan.⁵

Pengelolaan produk menjadi bagian penting dari kesuksesan pemasaran. Ada yang menyebutkan bahwa inilah empat elem 4 P yang terpenting. Mungkin dalam beberapa hal ada benarnya.

b. Keputusan dalam pengelolaan sebuah produk

⁴ Sk Menperindag No. 19 Tahun 1986.

⁵ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran : Jelajah dan Rasakan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 139.

Membuat keputusan –keputusan untuk mengelola sebuah produk sering kali bukan hal yang mudah. Ada banyak aspek yang harus diperhatikan dalam atribut produk antara lain:

1. Mutu produk

Ini menunjukkan sejauh mana sebuah produk berfungsi sebagaimana harusnya. Termasuk dalam hal ini adalah tentang keterandalan, daya tahan, ketepatan, dan lain-lain.

2. Fitur

Berperan menambah manfaat utama sebuah produk. Dengan demikian, fitur juga bisa berfungsi membedakan sebuah produk dengan produk sejenis, tergantung sejauh mana fitur yang ditawarkan dapat memenuhi harapan konsumen, dapat menjadi penentu menangnya sebuah produk dalam persaingan .

3. Desain dan kemasan

Desain dan kemasan cukup menentukan sebagai atribut produk. Untuk beberapa produk, kemasan sangat menentukan .⁶

- c. Atribut Produk

- 1) Merek (*Branding*)

Merek (*brand*) adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau kelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Pemberian merek merupakan masalah pokok dalam strategi produk. Pemberian

⁶ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran : Jelajah dan Rasakan*, 146.

merek itu mahal dan memakan waktu, serta dapat membuat produk itu berhasil atau gagal. Nama merek yang baik dapat menambah keberhasilan yang besar pada produk

2) Pengemasan (*Packing*)

Pengemasan (*packing*) adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Pengemasan melibatkan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk.

3) Kualitas Produk (*Product Quality*)

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan kehandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program "*Total Quality Manajemen (TQM)*". Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai konsumen.

d. Strategi Produk

Di dalam kondisi persaingan, sangat berbahaya bagi suatu perusahaan bila hanya mengandalkan produk yang ada tanpa usaha tertentu untuk pengembangannya. Oleh karena itu, setiap perusahaan di dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan dan *share* pasarnya, perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk yang dihsilkn ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikn daya

guna dan daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar. Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka waktu panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan *share* pasar.⁷

Dengan produk dimaksudkan barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasannya. Di dalam strategi *marketing mix*, strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Strategi produk yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang acuan/bauran produk (*product mix*), merek dagang, (*brand*), cara pembungkusan / kemasan produk (*product packaging*), tingkat mutu / kualitas dari produk, dan pelayanan (*services*) yang diberikan.

Tujuan utama strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi persaingan. Oleh karena itu, strategi produk sebenarnya

⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Press, 2010), 199.

merupakan strategi pemasaran, sehingga gagasan atau ide untuk melakukannya akan datang dan bagian atau bidang pemasaran.⁸

4. Harga

a. Pengetian harga

Harga adalah jumlah keseluruhan nilai yang diperlukan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakannya atas produk dan jasa.⁹

b. Komponen Harga

1. Daftar harga
2. Diskon
3. Potongan
4. Periode pembayaran
5. Syarat kredit

c. Strategi Harga dan Syarat Pembayaran

Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.

⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 200.

⁹ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, 163.

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha. Dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk dihasilkan dan dipasarkannya. Peranan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam keadaan persaingan yang semakin tajam dewasa ini, yang terutama sangat terasa dalam pasar pembeli (*buyers market*), peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar, yang tercermin dalam *share* pasar perusahaan, di samping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Dengan kata lain, penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.¹⁰

Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor-faktor yang mempengaruhi secara langsung, adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah, dan faktor lainnya. Faktor yang tidak langsung namun erat hubungannya dalam penetapan harga, adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan (*discount*) untuk para penyalur dan konsumen. Karena pengaruh-pengaruh tersebut dalam

¹⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 224.

penentuan kebijakan harga yang akan ditempuh, tersebut, seorang produsen harus memperhatikan dan memperhitungkan faktor-faktor tersebut dalam penentuan kebijakan harga yang akan ditempuh, sehingga nantinya dapat memenuhi harapan produsen itu untuk dapat bersaing dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.

B. Tinjauan Masyarakat

a. Pengertian Masyarakat

Selo Soemardjan mengemukakan pengertian masyarakat, Masyarakat ialah orang-orang yang hidup bersama dimana menghasilkan kebudayaan.¹¹

b. Ciri Ciri Masyarakat

Berbicara mengenai ciri ciri masyarakat, maka dapat dipaparkan mengenai ciri ciri masyarakat sebagai berikut :

1. Hidup Berkelompok

Ciri-ciri masyarakat yang pertama adalah Manusia yang hidup secara bersama dan membentuk kelompok. Kelompok ini lah yang nantinya membentuk suatu masyarakat. Mereka mengenali antara yang satu dengan yang lain dan saling ketergantungan. Kesatuan sosial merupakan perwujudan dalam hubungan sesama manusia ini. Seorang manusia tidak mungkin dapat meneruskan hidupnya tanpa bergantung kepada manusia lain.

2. Melahirkan Kebudayaan

¹¹ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003), 15.

Ciri-ciri masyarakat yang berikutnya ialah yang melahirkan kebudayaan. Dalam konsepnya tidak ada masyarakat maka tidak ada budaya, begitupun sebaliknya. Masyarakatlah yang akan melahirkan kebudayaan dan budaya itu pula diwarisi dari generasi ke generasi berikutnya dengan berbagai proses penyesuaian.

3. Mengalami Perubahan

Ciri-ciri masyarakat yang berikutnya yaitu yang mengalami perubahan. Sebagaimana yang terjadi dalam budaya, masyarakat juga turut mengalami perubahan. Suatu perubahan yang terjadi karena faktor-faktor yang berasal dari dalam masyarakat itu sendiri.

4. Berinteraksi

Ciri-ciri masyarakat yang berikutnya adalah manusia yang berinteraksi. Salah satu syarat perwujudan dari masyarakat ialah terdapatnya hubungan dan bekerja sama di antara ahli dan ini akan melahirkan interaksi. Interaksi ini boleh saja berlaku secara lisan maupun tidak dan komunikasi berlaku apabila masyarakat bertemu di antara satu sama lain.

5. Kepimpinan

Ciri-ciri masyarakat yang berikutnya yaitu terdapat kepemimpinan. Dalam hal ini pemimpin adalah terdiri daripada ketua keluarga, ketua kampung, ketua negara dan lain sebagainya. Dalam suatu masyarakat Melayu awal kepimpinannya bercorak tertutup, hal ini disebabkan karena pemilihan berdasarkan keturunan.

6. Stratifikasi Sosial

Ciri-ciri masyarakat yang terakhir ialah adanya stratifikasi sosial. Stratifikasi sosial yaitu meletakkan seseorang pada kedudukan dan juga peranan yang harus dimainkannya di dalam masyarakat.¹²

C. Tinjauan Kesejahteraan

1. Kesejahteraan Menurut Islam

Perekonomian Islam adalah ekonomi yang bersendikan Al-Qur'an dan Sunnah Nabi atau ideologi Islam. Sedangkan kesejahteraan ekonomi dalam Islam merupakan hasil dari konsep perekonomian berakidah tauhid dengan segala elemen-elemennya: keimanan, pengabdian, interaksi sesama manusia dengan alam. Islam dengan segala ajaran dan hukum-hukumnya membentuk suatu pedoman dalam berbisnis dan usaha.¹³

¹² Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, 16.

¹³ Yusuf Qardhawi, *Spectrum Zakat Dalam Membangun Ekonomi Masyarakat*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2005), 105.

2. Unsur-unsur dan komponen kesejahteraan

Pada awalnya kesejahteraan didefinisikan suatu keadaan sejahtera secara sosial yang tersusun dari tiga unsur berikut: *pertama* setinggi apa masalah –masalah sosial yang dikendalikan, *kedua* seluas apa kebutuhan yang dipenuhi, *ketiga* setinggi apa kesempatan-kesempatan untuk maju tersedia. Tiga unsur ini berlaku bagi individu, keluarga, komunitas, bahkan seluruh masyarakat.¹⁴

Kesejahteraan yang didambakan oleh Islam dapat terwujud melalui tercapainya unsur-unsur sebagai berikut:

- a) Anggota keluarga semuanya menjalankan tugas-tugas dengan baik, dalam arti ayah, ibu, anak semuanya berkualitas.
- b) Kecukupan dalam bidang material yang diperoleh dari cara yang tidak terlalu memberatkan jasmani dan rohani, kemampuan tersebut berarti kesanggupan untuk membiayai kebutuhan rumah tangga, kesehatan, serta pendidikan untuk seluruh anggota keluarga.

Ada 6 (enam) komponen yang mencakup dalam kesejahteraan, yaitu:

1. Kesehatan
2. Pendidikan
3. Sandang dan perumahan
4. Pelayanan kerja
5. Pemeliharaan penghasilan

¹⁴ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Bermasyarakat* (Bandung: Raizah, 1994), 292.

6. Pelayanan soial personal.¹⁵
3. Peningkatan Kesejahteraan Dalam Islam
 - a. Syarat peningkatan kesejahteraan

Kesejahteraan dalam artian yang sangat luas mencakup berbagai tindakan yang dilakukan manusia untuk mencapai taraf hidup yang lebih baik. Taraf kehidupan yang lebih baik ini tidak hanya diukur secara ekonomi dan fisik belaka, tetapi juga ikut memperhatikan aspek soial, mental, juga segi spiritual.¹⁶

Ada dua pokok syarat dalam suatu peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat, antara lain:

- a. Perbaikan dalam produksi, anataro lain:
 1. Meningkatnya hasil produksi sehingga hasil dari setiap keluarga yang lebih besar akan diperoleh dengan daya upaya yang kecil.
 2. Perbaikan dalam organisasi prosuksi menghindari pengangguran dan sebab-sebab lain sehingga dapat mengurangi pemborosan sumber daya ekonomi sekecil-kecilnya.
 3. Perbaikan dalam susunan pola produksi sehingga dapat melayani kebutuhan masyarakat.¹⁷

- b. Perbaikan dalam distribusi, antara lain:

¹⁵ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an*, 302.

¹⁶ Isbandi Rukminto Adi, *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat* (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 44.

¹⁷ Mohamad Hidayat, *Pengantar Ekonomi Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010), 34.

1. Pengurangan perbedaan dalam pendapatan individu dan keluarga yang berlainan yang biasa pada komunitas yang beradab.
2. Pengurangan fluktuasi antara priode waktu yang berbeda-beda dalam pendapatan individu dan keluarga tertentu, terutama dikalangan masyarakat yang lebih miskin.¹⁸

b. Indikator kesejahteraan dalam Islam

Kesejahteraan dalam pandangan Islam bukan hanya dinilai dengan ukuran materi saja, tetapi juga dinilai dengan ukiuran non material, seperti: terpenuhinya kebutuhan spriritual, terpeliharanya nilai-nilai moral, dan terwujudnya keharmonisan sosial. Indikator kesejahteraan dalam Islam merujuk pada Al Qur'an, yakni:



“Maka hendaklah mereka menyembah Tuhan Pemilik rumah Ini (Ka'bah).Yang Telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari ketakutan.”¹⁹

Dari ayat diatas dapat dilihat bahwa indikator kesejahteraan dalam Al Qur'an ada tiga, yaitu:

Pertama, menyembah tuhan (*Ibadatullah*). Indikator ini mengandung makna bahwa proses kesejahteraan masyarakat harus didahului dengan

¹⁸ Mohamad Hidayat, *Pengantar Ekonomi Syariah*, 35.

¹⁹ QS. Al- Quraaisy, (Bandung : Jumanatul Ali – Art, 2004), 602.

pembangunan tauhid, sehingga sebelum masyarakat sejahtera secara fisik terlebih dahulu dan yang paling utama adalah benar-benar menjadikan Allah sebagai pelindung, pengayom, dan penolong. Semua aktivitas kehidupan masyarakat terbingkai dalam aktivitas ibadah.²⁰

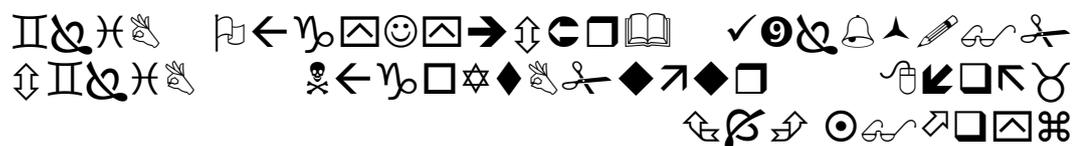
Dalam ajaran Islam prinsip tauhid merupakan hal yang paling asasi dan esensial, ia tidak boleh terlepas dalam keyakinan setiap muslim yang mengaku bahwa tidak ada Tuhan yang patut disembah, kecuali Allah semata dan Muhammad utusan-Nya.²¹

قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ ۝ اللَّهُ الصَّمَدُ ۝ لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ ۝ وَلَمْ يَكُن لَّهُ كُفُوًا أَحَدٌ

٤

*“Katakanlah: "Dia-lah Allah, yang Maha Esa. Allah adalah Tuhan yang bergantung kepada-Nya segala sesuatu. Dia tiada beranak dan tidak pula diperanakkan, Dan tidak ada seorangpun yang setara dengan Dia."*²²

Kedua, menghilangkan lapar atau pertumbuhan ekonomi. berdasarkan indikator ini hidup sejahtera adalah hidup dalam kondisi dimana tepenuhinya semua kebutuhan dasar manusia seperti sandang, pangan, dan papan.²³



*“ Yang Telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari ketakutan. ”*²⁴

²⁰ M. Ulinuha Khusnan, *Islam dan Kesejahteraan : Memotret Indonesia, Dialog*, 66 (Desember, 2008), 43-44.

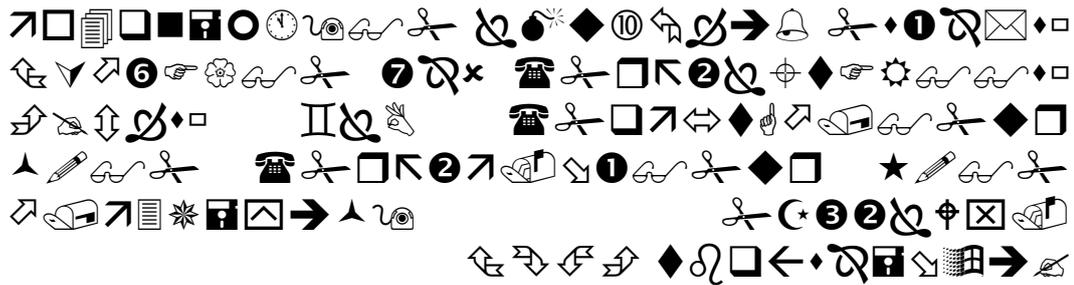
²¹ Kaefany HD, *Islam Dan Aspek-Aspek Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 42.

²² QS. AL Ikhlah, (Bandung : Jumanatul Ali – Art, 2004), 604.

²³ Kaefany HD, *Islam Dan Aspek-Aspek Masyarakat*, 46.

²⁴ QS. Al Quraisy, (Bandung : Jumanatul Ali – Art, 2004), 602.

Ayat tersebut mengisyaratkan bahwa rezeki yang diberikan oleh Allah kepada umat manusia bukan untuk ditumpuk-tumpuk, ditimbun, apalagi dikuasai oleh individu atau kelompok tertentu saja. Akan tetapi rezeki tersebut harus di distribusikan kepada semua umat agar mereka tidak kelaparan dan tidak terkungkung dalam kesengsaraan. Kata *minju'* (rasa lapar) dalam ayat tersebut juga menunjukkan makna disebabkan karena yakni Allah Swt, yang telah menganugerahkan kepada umat manusia berupa nikmat dan memberi mereka makan untuk menghilangkan rasa lapar melalui perdagangan. Sehingga yang dimaksud pertumbuhan ekonomi adalah ketersedianya bahan makanan bagi setiap keluarga.²⁵



*“Apabila Telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”*²⁶

Islam mewajibkan umatnya untuk senantiasa bekerja dan memanfaatkan apa yang telah Allah anugerahkan di langit maupun di bumi, sebagai bekal dalam menjaga eksistensi dirinya dalam menjalankan keberlangsungan hidup.

Ketiga, menghilangkan rasa takut atau jaminan (stabilitas) keamanan. Hidup sejahtera berarti hidup dalam kondisi aman, nyaman, dan tentram. Jika tindak kriminal seperti perampokan, perkosaan, bunuh diri, dan kasus-kasus

²⁵ M. Quraissy Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Tangerang: Lentera Hati, 2005), 539.

²⁶ QS. Al Jumu'ah, (Bandung : Jumanatul Ali – Art, 2004), 553.

lainnya masih terjadi dalam sebuah komunitas masyarakat, maka komunitas tersebut belum bisa disebut sejahtera. Dengan demikian, pembentukan pribadi yang saleh dan pembuatan sistem yang mampu menjaga kesalehan setiap orang merupakan hasil integral dari proses mensejahterkan masyarakat.

Inilah tiga indikator yang digariskan Islam (Al Qur'an), hidup sejahtera dimulai dari kesejahteraan individu-individu yang mempunyai tauhid yang kuat, tercukupinya semua kebutuhan dasar, dan jika semua itu dapat terpenuhi, maka akan tercipta suasana aman, nyaman dan tentram.²⁷

²⁷ Kaelany HD, *Islam dan Aspek-Aspek Masyarakat*, 47.