

---

## ETIKA PRODUKSI ISLAMI: MAŞLAĦAĦ DAN MAKSIMALISASI KEUNTUNGAN

**Eja Armaz Hardi**

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

*email: [eja.armaz.hardigmail.com](mailto:eja.armaz.hardigmail.com)*

**Abstract:** *This article explores the comparative concept of profit maximization and maşlahah in the process of forming the final price in the production cycle. In conventional economics, profits can be formed through various market models faced by producers to achieve maximum profits. On the other hand, Islamic economics views that producer profits must contain Islamic values. This value is reflected in the production goals, which must contain maşlahah and uphold the ethics and norms of consumers and producers. The ultimate goal of maşlahah is a manifestation of maqasid sharia which is to achieve world happiness and the hereafter (falah). In order to answer the anxiety above in the sections of this article discuss some topics related to profit maximization. In the first part of this article discussed the ethical issues of producers and their relation to religion. Then the theory of production, production goals, price theory, and profits, then all the discussion in this article will compare the Islamic perspective and conventional perspective in detail. At the end of this article see a review of Maqasid Sharia and maşlahah of production. This article finds that production activities in the conventional and economic context of Islam must pass synergy in several aspects. In order to achieve the establishment of production theory, Islamic ethical values must contribute to the maximization of profits in production activities. The concept of maşlahah on the theory of Islamic production has values which include: baraka; maşlahah, and; falah. Such values must go hand in hand with conventional production theories.*

**Keywords:** *Production Ethics, Maşlahah, Profit Maximization*

**Abstrak:** Artikel ini mengeksplorasi konsep maksimalisasi keuntungan dan *maṣlahah* pada proses penentuan harga akhir dalam siklus produksi. Dalam produksi ekonomi konvensional keuntungan dapat terbentuk melalui model-model pasar untuk mencapai keuntungan maksimal. Keuntungan yang diperoleh oleh seorang produsen harus mengandung nilai-nilai Islam. Nilai tersebut tercermin dari tujuan dalam siklus produksi tersebut harus mengandung *maṣlahah* dan menjunjung tinggi etika dan norma kedua belah pihak yaitu konsumen dan produsen yang tujuan akhirnya adalah mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat (*falāḥ*). Dalam rangka menjawab kegelelisahan di atas pada bagian-bagian artikel ini mengeksplorasi beberapa hal terkait maksimalisasi keuntungan oleh produsen. Artikel ini membahas masalah etika yang berkaitan dengan produsen dan kaitannya dengan agama. Kemudian teori produksi, teori harga, keuntungan dengan melakukan komparasi dari perspektif Islam maupun perspektif teori konvensional. Pada bagian akhir melihat tinjauan *maqāṣid shariah* dan *maṣlahah* dari kegiatan produksi. Akhirnya artikel ini menemukan bahwa kegiatan produksi dalam konteks ilmu ekonomi konvensional dan ilmu ekonomi Islam harus melakukan sinergitas. Dalam rangka mencapai kemapanan teori tentang produksi, maksimalisasi keuntungan adalah akhir kegiatan produksi idealnya harus diiringi dengan nilai Islam. Konsep *maṣlahah* pada teori produksi ekonomi Islam yang sarat dengan nilai-nilai Islam: barokah; *maṣlahah*; *falāḥ* bersinergi dengan teori produksi ilmu konvensional.

**Kata Kunci:** Etika Produksi, *Maṣlahah*, Maksimalisasi Keuntungan

## Pendahuluan

Kegiatan produksi merupakan salah satu faktor penting dalam siklus perekonomian suatu negara. Aktifitas produksi yang diselenggarakan oleh produsen untuk menghasilkan barang atau jasa menjadi salah satu tujuan yang nicaya dalam kegiatan produksi.<sup>1</sup> Disamping itu, akumulasi kegiatan produksi sebagai akhir dari kombinasi beberapa *input* tersebut memiliki tujuan rasional yaitu memaksimalkan keuntungan.<sup>2</sup> Dalam aktifitas produksi suatu perusahaan, maksimalisasi keuntungan tidak dapat dilepaskan dengan fungsi produksi. Fungsi produksi adalah hubungan antara sejumlah *input* dan jumlah maksimum *output* yang dapat diproduksi dengan pengetahuan tentang teknologi dan perusahaan.<sup>3</sup> Dari fungsi produksi inilah kemudian perusahaan dapat merumuskan kombinasi antara barang-barang *input* dan biaya, kemudian menetapkan harga jual dan keuntungan yang akan diperoleh.

Perdebatan kemudian muncul bahwa terdapat tujuan lain dari perusahaan dalam menjalankan kegiatan produksi selain memaksimalkan keuntungan. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Peter bahwa tujuan perusahaan adalah menentukan harga dan jumlah *output* untuk mendapatkan keuntungan besar.<sup>4</sup> Sedangkan Summers menyebutkan bahwa tujuan (*goals*) dari perusahaan sebenarnya adalah produktifitas dalam mengkombinasi barang *input* dan *output*.<sup>5</sup> Dilain pihak, Munrokhim mengemukakan bahwa dalam konteks perekonomian Islam seorang produsen tidak hanya *profit oriented* akan juga harus memperhitungkan *maṣlahah*.<sup>6</sup> Produktifitas yang di nyatakan Summers sejalan dengan teori efesiensi, yaitu memproduksi jumlah *output* dengan kualitas sumber daya dengan biaya seminimal mungkin.<sup>7</sup> Sedangkan *maṣlahah*<sup>8</sup> yang dikemukakan oleh Munrokhim sejalan dengan konsep *maqāṣid shar‘iyah*<sup>9</sup> yang ditawarkan oleh Jasser Auda bahwa dalam kehidupan adalah dengan cara memelihara maksud syariah (*maqāṣid shar‘iyah*).<sup>10</sup>

---

<sup>1</sup> Munrokhim Misanam dkk, *Ekonomi Islam*, 1st ed. (Jakarta: Rajawali Pers, 2011). h 229.

<sup>2</sup> Iswardono, *Teori Ekonomi Mikro* (Jakarta: Gunadarma, 1994). h 11.

<sup>3</sup> Jeffrey M. Perloff, *Microeconomics*, 6th Ed. (Boston: Pearson, Addison-Wesley, 2012). h 155.

<sup>4</sup> Peters and Tucker, *Introduction to Profit Maximization* (United State of America: Orange Apple, 2012).

<sup>5</sup> Micheal R. Summers, *Analyzing Operations in Buisness* (London: Quorums Book, 1998). h. 7.

<sup>6</sup> Munrokhim Misanam dkk, *Ekonomi Islam*. h 259.

<sup>7</sup> Patrick J. Welch and Gerry F. Welch, *Economics: Theory & Practice*, 9th Ed. (United State of America: John Wiley & Sons Inc., 2010). h 8.

<sup>8</sup> Ahmad Warson Munawwir, *Al-Munawwir Kamus Munawwir, Ahmad Warson. Al-Munawwir Kamis Arab-Indonesia* (Surabaya: Pustaka Progresif, 1984). h 789.

<sup>9</sup> Jasser Auda, *Maqasid AL-Syariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach* (United Kingdom: Biddles Limited, King's Lynn, 2007). h 17.

<sup>10</sup> Ahmad Sarwat, *Seri Kehidupan (1) Ilmu Fiqih*, ed. Aini Aryani, Cet. 1. (Jakarta: DU Publishing, 2011). h. 148.

Disamping perdebatan konseptual, beberapa peneliti telah mencoba untuk melihat bahwa konsentrasi keuntungan bagi sebagian perusahaan bukan menjadi tujuan utama. Penelitian Khanam di beberapa Lembaga Keuangan Mikro (LKM) selain *profit oriented* mereka secara signifikan membantu pemberdayaan masyarakat.<sup>11</sup> Begitu juga apa yang dilakukan oleh Armaz Hardi melihat adalah aspek pemberdayaan masyarakat miskin selain profit, program LKM Beringharjo memberikan dampak signifikan dalam pemberdayaan masyarakat sekitar pasar Beringharjo.<sup>12</sup> Penelitian oleh Ghufron melihat aspek *maṣlahah* atas berdirinya hotel syariah, ia menemukan bahwa hotel syariah, disamping mencantumkan label syariah sebagai daya tarik, ternyata juga memberikan keuntungan dan berkontribusi meningkatkan kunjungan wisatawan.<sup>13</sup> Dilain pihak, terdapat perusahaan yang memang benar-benar bertujuan mendapatkan keuntungan bahkan ada yang melanggar etika dan hukum sehingga merugikan konsumen, sebagai contoh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menetapkan perusahaan investasi bodong yang merugikan konsumen salah satunya PT. First Travel yang merugikan 56.000an nasabah hingga 800 milyar lebih.<sup>14</sup>

Dalam kajian sebelumnya setidaknya berfokus pada dua aspek besar; *pertama*, konsentrasi pada aspek produksi yang mendorong pada *profit oriented*, dan; *kedua*, memberikan ruang pada etika, moral, kemanusiaan dan agama untuk dipadukan dalam konsep mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Berbeda dengan kajian sebelumnya, kajian ini mencoba untuk melakukan eksplorasi terhadap kajian konseptual produksi perusahaan. Apa dan bagaimana seharusnya kebijakan harga akhir produsen dalam menentukan keuntungan dilihat dari komparasi konsep maksimalisasi keuntungan dan konsep *maṣlahah* dalam *maqasid shar'iyah*. Kemudian dalam rangka menjawab pertanyaan di atas, pada awal artikel ini akan membahas tentang etika bisnis, selanjutnya akan dibahas tentang perilaku produsen dan teori produksi konvensional dan pandangan Islam mengenai produksi, pada bagian selanjutnya artikel ini akan mengulas konsep maksimalisasi keuntungan dan akan mengemukakan teori harga dan bagaimana harga terbentuk. Diakhir sebelum sampai pada kesimpulan artikel ini akan

---

<sup>11</sup> Dilruba Khanam et al., "Financing Micro-Entrepreneurs for Poverty Alleviation: A Performance Analysis of Microfinance Services Offered by BRAC, ASA, and Proshika from Bangladesh," *Global Entrepreneurship Research* (2018).

<sup>12</sup> Eja Armaz Hardi, "Analisis Pemberdayaan Masyarakat Muslim Miskin Melalui Qardul Hasan (Studi Kasus Program Baitul Maal BMT Beringharjo Yogyakarta Tahun 2013)" (Gadjah Mada University, 2013).

<sup>13</sup> Moh. Idil Ghufron, "Konsep Maṣlahah Maximizer Pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis," *Islam Nusantara* 01, no. 02 (2017): 131–143.

<sup>14</sup> Rizky Andwika, "First Travel Kasus Penipuan Paling Heboh Tahun 2017," *Merdeka.Com* (Jakarta, 2017), <https://www.merdeka.com/peristiwa/first-travel-kasus-penipuan-paling-menghebohkan-di-2017.html>.

membahas konsep *maṣlaḥah* yang menjadi salah satu bahasan dalam *maqāṣid shar‘iyah*.

## Metode

Pada artikel ini dilaksanakan dengan metode kualitatif, kemudian dalam mendapatkan gambaran yang utuh untuk menghasilkan kesimpulan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan studi pustaka (*library research*). Disamping itu juga, strategi yang digunakan adalah melakukan studi komparasi (*comparative study*) antara kedua disiplin ilmu yang saat ini berkembang yaitu ilmu ekonomi Islam dan ilmu ekonomi konvensional dalam hal etika, teori produksi, biaya produksi, dan maṣlaḥah.

## Pembahasan dan Diskusi

### Etika

Berbicara mengenai etika, secara tidak langsung akan bersinggungan dengan pembahasan teori nilai dan norma. Hamzah mencoba merangkum beberapa pengertian nilai yang kemudian dapat dijadikan pijakan untuk memahami etika, yaitu; *pertama*, nilai merupakan sesuatu yang dianggap baik; *kedua*, bagian dari kepribadian individu; *ketiga*, keyakinan yang memberikan corak khas kepada perilaku; *keempat*, menjadi kriteria penyeleksi tindakan dan patokan untuk bertindak; *kelima*, pengendali tindakan individu; *keenam*, sesuatu yang diagungkan, dihargai, dipelihara dan dipertahankan; *ketujuh*, sifat atau kualitas dari sesuatu yang dianggap baik, berguna, bagus, indah dan menarik; *kedelapan*, instrument interaksi dan transaksi sosial; *kesembilan*, media integrasi dan solidaritas sosial, dan; *keseperuluh*, paradigma hidup individu, komunitas dan umat.<sup>15</sup> Secara etimologis diksi etika berasal dari Bahasa Yunani ia adalah watak kesulilaan atau adat, dalam bentuk jamak *te ehta* artinya adalah adat-istiadat, yaitu norma yang dianut oleh kelompok, golongan atau masyarakat tertentu mengenai perbuatan yang baik dan buruk.<sup>16</sup>

Dalam konteks bisnis, etika oleh Velasquez ditafsirkan sebagai sebuah studi tentang standar moral dan bagaimana implemtasikannya pada sistem dan keoraginasian perusahaan dalam proses produksi dan distribusi barang dan jasa bagi masyarakat modern dan karyawan.<sup>17</sup> Etika bisnis menurut Harisson kembali kepada bisnis itu sendiri, kecirikhasan entitias bisnis dan aksi kompetitif dalam berbisnis.<sup>18</sup> Dari beberapa pengertian etika lebih menekankan kepada perilaku,

---

<sup>15</sup> Yaksan Hamzah and Hamzah Hafid, *Etika Bisnis Islam* (Makasar: Kretakupa, 2014). h 9-10.

<sup>16</sup> Ibid. h 13.

<sup>17</sup> Ted Batson and Blake J. Neff, *Business Ethics: Sunday Ethic-Monday World*, 2nd Ed. (Indiana: Triangle Publishing, 2012). h 2.

<sup>18</sup> Michael R. Harisson, *An Introduction to Business Ang Management Ethics* (New York: Palgrave Macmillan, 2005). h 11.

dan kemudian dalam etika bisnis ditujukan pada perilaku produsen itu sendiri. Dengan demikian adanya etika dalam berbisnis seorang pengusaha cenderung tidak dapat melakukan tindakan yang diluar lingkup etika dan moral. Berkaitan dengan etika dan etika moral bisnis Islam juga memiliki pandangan tersendiri.

## Agama dan Etika

Pembicaraan hubungan antara agama dan etika (moral) menarik perhatian Hinman untuk merancang matrik kemungkinan hubungan agama dan fakta, salah satunya adalah ia menyebutkan bahwa ketika terjadi konflik antara agama dan fakta maka agama menyediakan panduan kebenaran untuk perilaku kita dan harus mengamininya melebihi fakta (*reason/logic*).<sup>19</sup> Namun disamping itu juga ia menjelaskan bahwa ada beberapa kalangan yang melihat fakta itu lebih tinggi posisinya dibanding agama sehingga mereka berpendapat bahwa mereka berhak untuk mengklaim mana yang benar dan mana yang salah. Kelompok tengah, cenderung mentolelir peran agama dan mengakui peran manusia dalam menjalankan etika dan moral.

Kelompok pertama sebagaimana disebutkan oleh Hinman di atas adalah semua aspek moral yang berlandaskan syariah Islam.<sup>20</sup> Hal ini juga beriringan dengan apa yang disampaikan oleh Antonio bahwa Islam merupakan agama yang universal, agama yang memberikan aturan manusia pada seluruh aspek kehidupan dari bangun hingga bangun kembali.<sup>21</sup> Kemudian ditegaskan kembali oleh Munrokhim bahwa tujuan akhir (*goals*) dalam kegiatan berekonomi adalah untuk mencapai *falah* dunia dan akhirat.<sup>22</sup> Ketersinggungan yang erat antara agama dan perilaku dalam kehidupan manusia seyogyanya muncul dalam kegiatan sehari-hari, seperti kegiatan ekonomi yaitu proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa.

Etika dan moral dalam menjalankan aktifitas sehari-hari juga terdapat dalam hadist Nabi Muhammad SAW disebutkan bahwa "*wa ma arsaltu illah li utammima makarima al-akhlak*". Dikarenakan agama telah memberikan panduan yang sempurna bagi manusia mana hadist ini dapat diinterpretasikan sebagai bentuk penyempurnaan akhlak sempurna dengan dijalankannya nilai-nilai agama dalam kehidupan transedental dan horizontal terkait sosial kemasyarakatan. Kemudian, dari perspektif ini juga secara bersamaan kegiatan ekonomi juga mengusung tercapainya *maqāsid shar'iyah* dalam kesejahteraan sosial yang merupakan bagian sentral dalam ekonomi Islam yang menyangkut perilaku

---

<sup>19</sup> Lawrence M Hinman, *Ethics: A Pluralistic Approach to Moral Theory*, 4th Ed. (United State of America: Thomson Wadsworth, 2008). h 79-80.

<sup>20</sup> Ibid. h 79.

<sup>21</sup> Syafii Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001).

<sup>22</sup> Munrokhim Misanam dkk, *Ekon. Islam*. h 54.

ekonomi dalam memanfaatkan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas dengan cara-cara yang selamat menyelamatkan, aman dan damai, serta mewujudkan kesejahteraan.<sup>23</sup>

Akan tetapi pendapat dalam buku Dawam Raharjo agaknya bertentangan dengan ayat Al-Quran yang menyatakan bahwa Allah SWT telah menyiapkan seluruh rezeki makhluk di muka bumi tanpa harus khawatir terhadap kelangkaan sumber daya (QS: Hud (11): Ayat 6)<sup>24</sup>. Jaminan Allah SWT ini juga menjadi kritikan terhadap teori ekonomi konvensional yang mendefinisikan ekonomi dengan “*economics is the social science that studies the choices that individuals, businesses, governments, and entire societies make as they cope with scarcity and the incentives that influence and reconcile those choices*”.<sup>25</sup> Perbedaan antara konsep menyertakan agama dalam ilmu ekonomi konvensional menjadi pembeda kegiatan perekonomian dalam Islam. Pemisahan antara etika dan moral<sup>26</sup> dengan otoritas agama didalam matrik yang disusun oleh Hinman masuk dalam kategori *Supremacy of Reason*.<sup>27</sup>

### Teori Produksi

Dalam buku Perloff produksi diartikan “*a firm uses a technology of production process to transform inputs of factors of production into outputs*”.<sup>28</sup> Bahwa produksi merupakan suatu proses kombinasi faktor-faktor input untuk menghasilkan produk dan jasa. Kegiatan produksi ini merupakan satu kesatuan dengan kegiatan konsumsi dan distribusi. Oleh karena ini, bagi konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang kemudian dinikmati harus melalui tahan produksi dan distribusi terlebih dahulu. Dengan kata lain, kegiatan konsumsi merupakan akhir dari siklus perekonomian secara mikro.

Kegiatan produksi baik individu maupun perusahaan secara umum selalu akan menemui tiga faktor produksi. Modal (K) yang sering juga disebut dengan *input* tetap, seperti tanah, mesin, gedung, kemudian Tenaga Kerja (L) adalah orang-orang yang memiliki skill ataupun tidak memiliki skill dan yang terakhir adalah Bahan Baku (M) seperti bahan bakar<sup>29</sup>. Perusahaan dalam

<sup>23</sup> M. Dawam Rahardjo, *Arsitektur Ekonomi Islam: Menuju Kesejahteraan Sosial* (Bandung: Mizan, 2015). h 241.

<sup>24</sup> (“*Dan tidak ada suatu binatang melata pun di bumi melainkan Allah-lah yang memberi rezekinya, dan Dia mengetahui tempat berdiam binatang itu dan tempat penyimpanannya. Semuanya tertulis dalam Kitab yang nyata (Lauh mahfuzh)*”). (11: 6)) Zikr Team, “The Zikr Quranic Project” (zikr.org, n.d.).

<sup>25</sup> Michael Parkin, *Microeconomics*, 10th Ed. (Boston: Pearson, Addison-Wesley, 2012).

<sup>26</sup> Dikarenakan etika dan moral menyangkut perilaku individu manusia dan masyarakat, maka dalam konteks ini saya menafsirkannya pada lingkup yang lebih spesifik yaitu kegiatan ekonomi.

<sup>27</sup> Hinman, *Ethics: A Pluralistic Approach to Moral Theory*. 79.

<sup>28</sup> Perloff, *Microeconomics*. h 155.

<sup>29</sup> Ibid.

mengkombinasikan faktor-faktor produksi ini akan memperhitungkan biaya produksi yang dihabiskan untuk menghasilkan barang dan jasa. Maka kemudian munculnya model fungsi produksi untuk melihat selisih *output* dan *input*, yaitu  $q = f(L, K)$ . dimana  $q$  adalah unit barang dan jasa yang dihasilkan dengan menggunakan  $L$  (tenaga kerja) dan jumlah  $K$  (modal) yang dikeluarkan. Kemudian perusahaan akan mempertimbangkan jumlah tenaga kerja dan modal yang digunakan untuk menghasilkan *output* dalam rangka efisiensi walaupun maksimalisasi keuntungan tidak termasuk dalam proses produksi, dengan kata lain dalam jumlah *output* tertentu perusahaan tidak akan mau menggunakan dua tenaga kerja apabila dapat dilakukan oleh satu tenaga kerja.<sup>30</sup>

Sedangkan dalam perspektif Islam, Munrokhim mengutip beberapa pendapat para pakar ekonomi Islam, diantaranya; Kahf 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 yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Ul Haq menyatakan bahwa tujuan dari produksi adalah memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang merupakan fardu kifayah yaitu kebutuhan yang bagi banyak orang pemenuhannya dianggap wajib.<sup>31</sup> Dari definisi yang dikemukakan Munrokhim mencoba untuk menyimpulkan arti kegiatan produksi “*proses mencari, mengalokasikan dan mengelola sumber daya menjadi output dalam rangka meningkatkan masalah bagi manusia*”.<sup>32</sup> Dari definisi di atas nampak bahwasanya kehadiran agama dalam kegiatan ekonomi memberikan corak tersendiri. Hal ini tercermin dari kegiatan produksi selain mendesain keuntungan untuk individu atau perusahaan, disisi lain kegiatan produksi dikaitkan dengan kebutuhan hajat hidup orang banyak dan disaat yang bersamaan mengharap ridho dari Allah SWT melalui kegiatan produksi.

Dapat ditarik benang merah antara definisi konseptual produksi dalam ilmu ekonomi umum dan ilmu ekonomi Islam adalah menempatkan proses transformasi faktor-faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa. Perbedaan filosofi yang muncul kemudian adalah kegiatan produksi umum diproyeksikan untuk efisiensi dan maksimalisasi keuntungan, sedangkan kegiatan produksi dalam Islam ia merupakan rangkaian proses untuk memenuhi kebutuhan bagi yang lain. Kemudian produksi dalam Islam mencakup tujuan yang multi-dimensional, yaitu mencapai *falah* atau kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat.

## Tujuan Produksi

---

<sup>30</sup> Ibid. h 156.

<sup>31</sup> Munrokhim Misanam dkk, *Ekon. Islam*. h 230.

<sup>32</sup> Ibid.

Pandangan umumnya anggapan terhadap tujuan perusahaan adalah bagaimana caranya untuk mendapatkan keuntungan sebesar mungkin. Disamping itu Nicholson mendefinisikan memaksimalkan keuntungan dengan “*the firm chooses both its inputs and its output with the sole goal of maximizing economics profits, the difference between its total revenues and its total economic cost*”.<sup>33</sup> Dari definisi ini terlihat bahwa keuntungan yang dapat diterima oleh perusahaan adalah selisih antara total penerimaan dikurang dengan total biaya produksi. Disisi lain, ketika perusahaan tidak memiliki tujuan untuk memaksimalkan keuntungan secara alamiah akan tergerus oleh pasar dikarena persaingan pasar itu sendiri. Kemudian untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan dapat menggunakan berbagai macam cara, dapat dilakukan dengan cara kombinasi faktor-faktor produksi dengan melakukan efisiensi atau dengan melihat keuntungan marjinal.<sup>34</sup>

Dalam perspektif Islam, menurut Munrokhim tujuan seorang produsen dalam melakukan kegiatan produksi adalah menyediakan barang dan jasa yang memberikan *maṣlaḥah* maksimum bagi konsumen yang dibagi menjadi beberapa aspek: *pertama*, pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkat moderat; *kedua*, menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya; *ketiga*, menyiapkan persediaan barang/jasa di masa depan; *keempat*, pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah.<sup>35</sup> Oleh karena itu ia mengusulkan model *maṣlaḥah* yang mungkin didapatkan oleh seorang produsen yaitu:  $(M = \Pi + B)$ <sup>36</sup> dimana (M) adalah *maṣlaḥah* maksimal yang didapatkan, ( $\Pi$ ) adalah keuntungan produsen dari proses produksi barang dan jasa, sedangkan (B) adalah keberkahan dari barang *input* yang digunakan dan *output* yang dihasilkan.

Lebih lanjut lagi dijelaskan bahwa aspek pertama di atas seorang produsen harus menyediakan barang/jasa yang dibutuhkan oleh konsumen untuk menghindari berlebihan dalam memanfaatkan sumber daya atau faktor-faktor produksi. Pada penjelasan di paragraf ini menunjukkan bahwa produsen dan produksi dalam perspektif ekonomi Islam memiliki spektrum yang lebih luas, produsen dalam ekonomi Islam tidak hanya memikirkan keuntungan materil bagi dirinya sendiri, akan tetapi juga memikirkan kebermanfaatn barang dan jasa bagi konsumen, kebutuhan di masa datang, keberkahan dan ridho dari Allah SWT.

Dengan model yang disebutkan sebelumnya yaitu memaksimalkan *maṣlaḥah* dalam kegiatan produksi, Munrokhim mengkritisi konsep memaksimalkan keuntungan yang selama ini menjadi motivasi perusahaan seringkali memiliki

---

<sup>33</sup> Walter Nicholson and Christopher Snyder, *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions*, 11th Ed. (United State of America: South-Western Cengage Learning, 2012). h 373.

<sup>34</sup> Ibid.

<sup>35</sup> Munrokhim Misanam dkk, *Ekon. Islam*. h 233.

<sup>36</sup> Ibid. h 243.

dampak negatif bagi diri sendiri maupun masyarakat. Dengan demikian lanjutnya, apabila tujuan produksi dalam ekonomi Islam adalah kemaslahatan dunia dan akhirat maka tujuan utama perusahaan melalui produksi adalah bukan memaksimalkan keuntungan akan tetapi memaksimalkan *maṣlahah*.<sup>37</sup> Akan tetapi dengan perkembangan industri modern saat ini, tujuan perusahaan konvensional tidak hanya sebatas *profit maximizer* akan tetapi tujuan tersebut perlahan bergeser. Peralihan maksimalisasi keuntungan ini terlihat bahwa saat ini terutama perusahaan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) telah dipisah antara perusahaan syariah dan konvensional. Kemudian perusahaan ditetapkan oleh Undang-Undang untuk menyisihkan pendapatan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang kemudian dimanfaatkan untuk kegiatan sosial dan lingkungan.

### Biaya Produksi dan Keuntungan

Biaya produksi merupakan faktor penting dalam pelaksanaan proses produksi. Akan tetapi dalam analisis ekonomi "*biaya produksi adalah biaya untuk suatu produksi output tertentu sebagai nilai yang harus dikorbankan (hilang) dari alternatif produksi yang menggunakan input dimana input tersebut digunakan untuk memproduksi output tertentu di atas*".<sup>38</sup> Determinasi dari biaya produksi adalah biaya yang timbul dikarenakan terjadinya proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa (*explicit cost*) dan biaya yang tidak masuk dalam proses produksi (*implicit cost*). Disamping itu juga perusahaan akan menghadapi dua jenis biaya, yaitu biaya tetap (*fixed cost*) yang pengeluarannya selalu tetap walaupun jumlah barang atau jasa yang dihasilkan berubah dan biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan setiap terjadi perubahan jumlah barang atau jasa yang diproduksi dalam satu waktu.

Pada umumnya keuntungan yang diperoleh oleh produsen/perusahaan ketika menjual produk dan jasa kepada konsumen dengan cara mengurangi penerimaan total dengan total biaya produksi ( $\Pi = TR-TC$ ) dimana ( $\Pi$ ) adalah keuntungan yang diperoleh, ( $TR$ ) total penerimaan perusahaan, dan ( $TC$ ) total biaya. Sedangkan dalam teori *maṣlahah* yang dikemukakan oleh Munrokhim biaya dalam mencapai *maṣlahah* dalam Islam cenderung atau bisa jadi menimbulkan biaya lebih besar yang berimplikasi kepada meningkatnya harga jual, kemudian ia melanjutkan kepada persamaan bagaimana seorang produsen mendapatkan *maṣlahah* dalam kegiatan produksi dengan  $M = TR-TC-BC$ <sup>39</sup> yaitu keuntungan diperoleh dengan mengurangi total penerimaan dengan total biaya dikurangi lagi dengan biaya berkah. Munculnya pengurang dari biaya berkah merupakan suatu

---

<sup>37</sup> Ibid. h 239.

<sup>38</sup> Iswardono, *Teori Ekonomi Mikro*. h 136.

<sup>39</sup> Munrokhim Misanam dkk, *Ekon. Islam*. h 244.

upaya yang dilakukan oleh produsen untuk mengklasifikasi faktor-faktor produksi yang dianggap berkah, dan tidak melakukan eksploitasi berlebihan baik pada alam maupun manusia.

Apabila teori produksi dalam analisis ekonomi konvensional keuntungan didapatkan melalui pengerangan TR dengan TC, dimana TR muncul dari persamaan  $TR = P \cdot Q_x$ , dimana P adalah harga jual produk atau jasa dan  $Q_x$  adalah jumlah barang dan jasa yang dijual. Akan tetapi dalam teori *masalahah*, untuk menentukan harga diperlukan biaya tambahan yang dikenal dengan biaya berkah. Biaya berkah menurut Munrokhim sebagai implikasi dari suatu usaha untuk menghasilkan input yang halal dan *tayyib*. Kemudian dibangunlah persamaan  ${}^B P = P + BC$ , dimana  ${}^B P$  adalah besaran harga yang berkah. Persamaan harga berkah tersebut memiliki implikasi kepada persamaan total penerimaan yaitu  ${}^B TR = {}^B P \cdot Q_x$ , dimana ( ${}^B$ ) adalah berkah.

Dari dua persamaan tersebut terdapat perbedaan dikarena dalam konsep *masalahah* terdapat biaya tambahan yang harus ditanggung konsumen, seharusnya adalah biaya untuk mencari berkah dalam kegiatan produksi perusahaan maka termasuk dalam biaya tetap perusahaan. Sebagai contoh: perusahaan A menjual suatu barang atau jasa (gamis china) dengan harga 100.000 dengan jumlah barang yang dijual sebanyak 100 buah, maka total penerimaan perusahaan A adalah 1.000.000 ( $TR = P \cdot Q_x$ ). Sedangkan perusahaan B menjual (gamis arab) karena ada tambahan biaya berkah (berdasarkan persamaan diatas) maka dijual dengan harga 110.000 dan jumlah kuantitas yang terjual adalah 100 buah baju, maka jumlah total penerimaan perusahaan B menjadi 1.100.000. munculnya harga 110.000 akibat dari penambahan variabel berkah ketika proses penentuan harga ( ${}^B P = P + BC$ ) dengan asumsi 10.000 adalah biaya yang dikeluarkan oleh produsen dalam mencari barang atau jasa yang halal dan *tayyib*.

Dari aspek kuantitatif di atas kertas maka terlihat barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan A akan jauh lebih murah bila dibanding dengan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan B. sebagaimana disebutkan oleh Munrokhim bahwa seorang konsumen harus mengkonsumsi barang dan jasa yang halal dan baik, hal ini juga berlaku bagi produsen dalam kegiatan produksinya. Penambahan nilai pada harga yang diakibat oleh biaya usaha mencari berkah akan cenderung merugikan produsen itu sendiri dari aspek materil. Hal ini dikarenakan rasionalitas konsumen akan mencari harga barang dengan kualitas yang baik bahkan kualitas yang sama dengan harga yang cenderung lebih murah. Hal ini didasari dari hukum permintaan yang ada pada teori ekonomi mikro "*consumers demand more of good the lower its price, holding constant tastes, the prices of other goods, and other factors that influence consumption*".<sup>40</sup> perdengan kata lain produsen tidak dapat menentukan harga di atas harga pasar, karena akan

---

<sup>40</sup> Perloff, *Microeconomics*. h 12.

bersinggungan dengan teori permintaan. Akan tetapi dibalik itu semua, dikarenakan berkah tidak dapat diukur dengan kuantitatif dan sifatnya abstrak sesuai dengan perintah agama Islam walaupun kemudian dalam tataran praktis akan menemui beberapa kendala.

### **Keuntungan dan Harga**

Dalam Islam seorang pengusaha tidak ditentukan berapa persen harus mengambil keuntungan dari barang dagangannya atau barang hasil produksi yang ia lakukan. Hal ini berlaku apabila syarat dan ketentuan antara penjual dan pembeli tidak saling mendzolimi dan ridho sama ridho sebagaimana dalam firman Allah QS An-Nisa: Ayat 29.<sup>41</sup> Hal ini juga didukung oleh Antonio yang menyebutkan bahwa dalam kegiatan perniagaan harus ada transaksi penyeimbang untuk terhindar dari praktik riba.<sup>42</sup> Dalam pengentian ini sebenarnya pengusaha atau produsen muslim tidak memiliki acuan yang pasti dalam menentukan keuntungan, ia diperbolehkan mengambil keuntungan yang banyak tergantung dengan transaksi penyeimbang yang telah ia keluarkan untuk memproduksi atau mendapatkan suatu barang dan jasa sehingga sampai pada konsumen.

Pada zaman Nabi Muhammad SAW juga tidak diberikan petunjuk secara eksplisit dalam menentukan keuntungan dalam perniagaan. Dalam hadis daru Urwah bal-Bariqi yang dalam maknanya kurang lebih "*Rasulullah SAW menyerahkan uang sebesar satu dinar kepadaku untuk dibelikan seekor kambing. Kemudian uang itu saya beli dua ekor kambing, tidak berselang lama, saya menjual salah satunya seharga satu dinar. Kemudian saya bawa kepada rasulullah Nabi Muhammad SAW seekor kambing dan uang satu dinar*" kemudia kisah itu diceritakan lah kepada Nabi Muhammad SAW dan ia berkata "*semoga Allah memberkahimu dalam transaksi yang dilakukan tanganmu*".<sup>43</sup> Dari hadis ini memperjelas posisi keuntungan perniagaan dalam Islam, sebenarnya transaksi penyeimbang yang dimaksud Antonio tidak begitu berlaku pada konteks hadist ini. Akan tetapi lebih kepada bagaimana pasar merespon harga yang ditetapkan oleh produsen itu sendiri.

Namun dalam konteks perekonomian saat ini, para ekonom barat telah mencoba mengklasifikasi bentuk-bentuk pasar. Dimana pasar tersebut tempat bertemunya penjual dan pembeli sehingga dari pertemuan itu terbentuklah harga keseimbangan yang disetujui oleh kedua belah pihak. Bentuk pasar yang dapat menentukan harga dengan keuntungan atas dasar produsen adalah pasar monopoli. Pasar monopoli adalah dimana penjual atau produsennya satu tidak ada substitusi

---

<sup>41</sup> Team, "The Zikr Quranic Project."

<sup>42</sup> Syafii Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*.

<sup>43</sup> Hadist Riwayat Turmudzi 1304, Daru Qutni 2861 dan dihasankan Syauib al-Arnauth)

barang lain dan jumlah pembelinya banyak.<sup>44</sup> Kembali ke hadist Urwah di atas, menurut saya akan lebih masuk ketika kasus Urwah tersebut masuk kedalam bentuk pasar monopoli, karena dalam pasar monopoli seorang pengusaha atau produsen dapat menjadi penentu harga (*price taker*). Sehingga dalam kondisi demikian pembeli cenderung tidak dapat melakukan penawaran terhadap harga yang ditetapkan. Contoh dalam konteks Indonesia saat ini adalah Perusahaan Umum Milik Negara (BUMN) Perusahaan Listrik Negara (PLN), saat ini PLN menjadi *price taker* dalam menentukan tarif listrik yang menurut pertimbangan perusahaan sesuai dengan perhitungan dan dapat menutup biaya produksi.

Akan tetapi dalam bentuk pasar persaingan sempurna, dimana jumlah penjual dan pembelinya banyak serta barang yang dijual *relatif homogeny*, satu dari kedua belah pihak tidak dapat menentukan harga pasar secara sepihak, melainkan terbentuknya harga pasar pada pasar persaingan sempurna mengikuti mekanisme pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran.<sup>45</sup> Maka dalam konteks ini, harga yang di-*mark up* dengan biaya berkah atau kasus yang terjadi pada Urwah tidak dapat serta merta terjadi transaksi atau bertemunya harga keseimbangan antara penjual dan pembeli. Dengan kata lain dalam pasar persaingan sempurna dimana produk dan jasa yang dijual relatif homogen, para konsumen memiliki hak untuk memilih barang atau jasa mana yang menurut mereka rasional untuk dikonsumsi. Contoh terbentuknya harga pada pasar persaingan sempurna adalah menjelang Idul Adha dimana banyak pengusaha menjual hewan ternak untuk qurban, pada saat ini seorang penjual tidak bisa menjual hewan ternak dengan harga semaunya dan juga konsumen tidak akan bisa menawar harga jauh dari harga pasar.

Selain terbentuknya harga melalui mekanis pasar sebagaimana dijelaskan pada contoh dua pasar sebelumnya, perusahaan juga dapat melakukan harga *mark-up* (*mark-up pricing*). *Mark-up pricing* diartikan sebagai penentuan harga dalam praktik menambahkan suatu jumlah (persentase) tertentu pada biaya langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan atau biaya rata-rata yang dikeluarkan untuk menghasilkan output dengan persamaan  $P = AVC + X\%$  (*AVC*) dimana (*P*) adalah harga yang ditetapkan, (*AVC*) adalah biaya rata-rata variabel, (*X%*) *mark-up*.<sup>46</sup> Dalam skema harga *mark-up* setidaknya terdapat dua penyebab utama sehingga perusahaan mengambil kebijakan *mark-up pricing* yaitu untuk mengakomodasi biaya diluar biaya produksi dan kebijakan tersebut dilaksanakan dalam rangka penyesuaian (*adjustment*) terhadap pasar, sehingga perusahaan tidak dapat melakukan *mark-up* dengan bebas.

---

<sup>44</sup> Iswardono, *Teori Ekonomi Mikro*. h 168.

<sup>45</sup> Ibid. h 154.

<sup>46</sup> Ibid. h 199.

Pada posisi pasar yang sudah mapan terdapat beberapa jenis harga yang dapat terbentuk. Menurut Iswardono diantaranya adalah: *pertama, price positioning* adalah harga suatu barang relatif terhadap harga barang lain harus ditetapkan di atas atau di bawah, tergantung pada ada tidaknya sesuatu hal yang diinginkan konsumen. *Kedua, product-line price strategy* adalah kebijakan perusahaan dalam menentukan harga suatu barang yang diproduksi atau lebih dari satu barang baik barang tersebut komplementer atau substitusi terhadap barang yang diproduksi. *Ketiga, price to infer quality* adalah barang yang tergantung dengan kualitas barang tersebut. *Keempat, pricing product bundles* adalah strategi dengan memberikan paket turunan, misal beli laptop dengan bonus keyboard. *Kelima, promotional pricing* adalah menentukan harga dengan obral.<sup>47</sup> Dari beberapa strategi dalam pembentukan harga ini merupakan bagian dari kejelian perusahaan untuk melihat segmentasi pasar dalam memasarkan hasil produksi berupa barang dan jasa.

Pada pembahasan ini sebetulnya posisi keuntungan dan harga cenderung mengikuti apa yang terjadi secara faktual di pasar itu sendiri. Namun dalam beberapa kasus perusahaan harus memainkan harga baik dalam rangka penyesuaian (*adjustment*) pada kondisi pasar maupun dalam rangka maksimalisasi keuntungan. Namun dalam ajaran Islam perusahaan atau produsen diberikan otoritas seluas-luasnya untuk menentukan harga dan keuntungan bagi produsen. Akan tetapi otoritas tersebut harus memenuhi syarat yang berlaku dalam syariah Islam. Sebagaimana pada teori *maṣlaḥah* yang dijelas sebelumnya bahwa kegiatan produksi dalam Islam harus memenuhi unsur-unsur keberkahan dan kemashalatan masa sekarang dan masa datang untuk mencapai goal memperoleh kebahagiaan (*falāḥ*) dunia dan akhirat. Di samping itu, berapapun keuntungan dan harga yang ditetapkan oleh produsen akan bertemu pada teori-teori yang melekat pada konsumen. Sehingga sebebapapun keuntungan atau setinggi apapun harga yang ditetapkan oleh produsen apabila tidak ada konsumen yang tertarik untuk membelinya, maka produsen tidak mendapatkan keuntungan dalam kegiatan produksi yang ia jalani. Oleh karena itu, konsep teori harga dan keuntungan dalam analisis ekonomi konvensional juga harus bergandengan dengan norma dan etika dalam Islam, begitu juga sebaliknya, teori produksi dalam ekonomi Islam tidak bisa mengabaikan begitu saja peran ilmu ekonomi konvensional.

### ***Maqasid Syariah***

Menurut at-Tahir dalam buku Auda, *maqāṣid* berasal dari kata bahasa Arab *maqāṣid* yang merupakan bentuk jamak dari *maqṣad*, yang bermakna maksud, sasaran, prinsip, niat, tujuan, tujuang akhir sedangkan maksud dari *maqāṣid*

---

<sup>47</sup> Ibid. h 201-4.

*shar'iyah* adalah sasaran-sasaran atau maksud-maksud di balik hukum itu.<sup>48</sup> aBagi sebagian ulama menyebutkannya sebagai *maslahah-maslahah*.<sup>49</sup> Dari definisi tersebut mengandung juga makna bahwa segala sesuatu yang ditentukan oleh Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad SAW memiliki hikmah dan tujuan masing-masing.

Kemudian Auda menjelaskan bahwa dalam klasifikasi *maqāsid* tradisional dibagi menjadi tiga bagian penting, yaitu *daruriyat*, *hajiyat* dan *tahsiniyat*. Bagian *daruriyat* termasuk di dalamnya adalah menjaga agama (*hifzu ad-dīn*), menjaga akal (*hifzul al-'aql*), menjaga jiwa (*hifzun al-nafs*), menjaga keturunan (*hifzun al-nasl*) dan menjaga mal (*hifzul al-mal*).<sup>50</sup> Akan tetapi, terdapat pandangan lain terhadap penafsiran bagaimana *maqāsid* masuk kedalam kehidupan sehari-hari manusia. Najjar melakukan analisis lebih rinci lagi terhadap *maqāsid shar'iyah* dengan membaginya menjadi lima klasifikasi, yaitu: *pertama*, ia melihat bahwa dalam *maqāsid shar'iyah* harus melihat kekuatan penetapan hukum tersebut (*quwwatus al-thubut*). *Kedua*, memahami maksud dari penetapan hukum dilihat dari aspek objek penetapan hukum yang diturunkan (*bi hasbil al-manat*). *Ketiga*, melihat maksud hukum dari sisi kemumuman suatu dalil tersebut (*bi hasbil al-shumul*). *Keempat*, dapat juga melihat maksud dari suatu hukum melalui aspek *ushul* (*bi hasbil al-uṣul*) penetapan hukum tersebut. *Kelima*, melihat maksud dari suatu hukum yang ditetapkan oleh agama melalui kekuatan kemaslahatan yang dimiliki oleh hukum tersebut.<sup>51</sup>

Dari beberapa pendekatan untuk melihat apa dibalik maksud penetapan suatu hukum baik itu perintah atau larangan dan ayat-ayat *muḥkamāt* dan ayat *mutashabihat* dapat dipahami bahwa penetapan suatu hukum tersebut harus melalui proses panjang dalam memahami tujuan, maksud dan tujuan akhir dari hukum tersebut. Proses kegiatan produksi misalnya, selain dengan pendekatan *maslahah* dapat juga dilihat dari apa yang disampaikan oleh Najjar sebelumnya. Kemudian kegiatan produksi dalam siklus perekonomian melalui tiga kategori *maqāsid* tradisional di atas, bisa saja kegiatan produksi masuk kedalam kategori *daruriyat* dan *hajiyat* bahkan *tahsiniyat*. Masuk kedalam kategori *daruriyat* apabila kegiatan produksi menyangkut penjagaan yang lima yaitu kegiatan produksi diperuntukkan untuk menjaga agama, akal, jiwa, keturunan dan harta. Suatu perusahaan memproduksi alat penyulingan air kantor menjadi bersih, hal ini masuk kedalam *maqāsid* untuk menjaga agama dari aspek penyediaan air bersih dan suci untuk melaksanakan ibadah sholat kepada Allah SWT. Dari aspek

---

<sup>48</sup> Auda, *Maqāsid AL-Syariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. h 32.

<sup>49</sup> Ibid. h 33.

<sup>50</sup> Ibid. h 35.

<sup>51</sup> Abd Majid Najjar, "Maqāsid Syariah Bi Ab'ad Jadidah" (Bairut: Daar el Gorb el Islamiyah, 2008). h 37-48.

penjagaan akal, jiwa dan keturunan membutuh air bersih untuk dikonsumsi sehari-hari, dengan mengkonsumsi air kotor secara terus menerus dalam jangka waktu yang panjang akan memiliki potensi merusak akal, jiwa dan keturunan, oleh karena itu dalam keadaan ketiadaan air bersih maka produksi alat penyulingan air menjadi wajib untuk dilakukan. Untuk menjaga harta misalnya, produksi gembok, kunci rumah dan alat pengamanan lainnya menjadi penting untuk diproduksi, dengan tujuan untuk menjaga harta dari kehilangan atau kemusnahan.

Kegiatan produksi yang bersinggungan dengan kategori *ḥājīyāt* merupakan suatu kegiatan produksi barang atau jasa yang dengannya ketiadaan barang dan jasa tersebut tidak sampai pada taraf membahayakan keberlangsungan kehidupan manusia, akan tetapi dengan tidak adanya barang dan jasa tersebut kegiatan manusia akan menemui kendala atau terhambat. Misalnya dalam konteks zaman milenial saat ini, sebuah perusahaan atau produsen memproduksi kendaraan bermotor, saat ini kendaraan bermotor menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat untuk menambah daya mobilitas untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lain. Walaupun dengan ketiadaan kendaraan bermotor tidak sampai membahayakan keberlangsungan kehidupan suatu peradaban, akan tetapi beberapa pekerjaan yang membutuhkan mobilitas akan mengalami kendala.

Dapat juga proses kegiatan produksi barang dan jasa masuk kedalam kategori *taḥsīniyāt* yang tujuannya hanya sebagai bentuk penyempurnaan saja. Dengan demikian ada dan tiadanya barang dan jasa yang masuk kedalam kategori *taḥsīniyāt* hanya sebagai pelengkap atau asesoris semata. Sebagai contoh barang dan jasa yang diproduksi masuk kedalam kategori ini adalah perhiasan emas, televisi dan lain sebagainya.

Dalam klasifikasi yang dikemukakan oleh Najjar, pada kategori pertama ia menjelaskan bahwa dalil yang termaktub dalam al-Quran dengan keyakinan dapat secara langsung untuk dilihat tujuan akhir dari dalil tersebut. Namun dalam kategori ini dapat dibagi menjadi tiga klasifikasi rinci: <sup>52</sup> *pertama*, yang berhubungan dengan maksud yang dapat ditelaah dengan akal manusia dikarenakan banyak ayat yang menjelaskan hal tersebut, seperti QS Al-Baqarah Ayat 185 dan QS Al-Haj Ayat 78.<sup>53</sup> Dalam ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT tidak memberikan kesulitan pada hambanya melainkan memberikan kemudahan dalam menjalankan perintah dan larangan agama. *Kedua*, maksud dari firman Allah SWT dapat dilihat dari dugaan yang kuat akan tetapi tidak sampai pada derajat keyakinan (*zan*). *Ketiga*, mengetahui maksud dari ayat-ayat Al-Quran melalui prasangka (*wahm*), mencari maksud dengan prasangka-prasangka yang negatif seperti melihat ada manfaat pada narkoba atau barang dan

---

<sup>52</sup> Ibid. h 38-40.

<sup>53</sup> Team, "The Zikr Quranic Project."

jasa yang memiliki ke-*mudhorotan*. Dengan metoda ini, kegiatan produksi dalam Islam dapat dikaitkan dengan menggunakan klasifikasi yang pentama dan kedua. Sebagaimana dalam QS surat as-Saba' ayat 10-11<sup>54</sup>, yang menjelaskan tentang produksi baju besi, dengan keyakinan yang baik dapat dianggap bahwa ayat ini mengacu kepada kegiatan produksi.

Kemudian dengan menggunakan dugaan (*zan*) dalam memahami ayat produksi adalah sebagaimana yang disebutkan dalam firman Alla SWT pada QS Al-Qashash ayat 38<sup>55</sup>. Pada ayat ini secara eksplisit meminta Haman untuk membakar tanah liat, dan secara implisit bahwa tujuannya adalah untuk memproduksi batu bata sebagai bahan baku untuk membuat gedung tinggi. Dari beberapa ayat yang secara eksplisit dan implisit menyatakan tentang kegiatan produksi diantaranya QS Al-Kahfi: 31, 96, QS Saba': 12, QS Al-Insan 15-16, QS Al-Hajj: 23, QS Al-Mu'minun: 20, QS Al-Hadid: 25, QS An-Nahl: 80, QS An-Naml: 44, QS Al-Mikmin: 36-37, QS AL-Fajr: 6-8, QS Al-A'raf: 74, QS Al-Fajr: 9, QS Hud: 37, 38 42, QS Al-Qamar: 13-14. Apabila dilihat dari ayat-ayat yang menyatakan tentang produksi dalam Al-Quran dapat disimpulkan bahwa kegiatan produksi masuk dalam kategori *daruriyat* dan *hajiyat* yang pemahamannya dapat memalui keyakinan akal dan dugaan yang kuat. Keyakinan dan dugaan kuat ini dianggap dapat memberikan *maṣlahah* yang berarti pada peradaban manusia di muka bumi.

Pada klasifikasi kedua yang dirancang oleh Najjar adalah memahami maksud dari penetapan hukum atau dalil dapat dilihat dari aspek objek penetapan hukum yang diturunkan (*bi ḥasbil al-manaf*). Proses dari hulu hingga hilir kegiatan produksi juga dapat dilihat pada aspek ini dengan melihat tiga aspek yaitu aspek keumuman dalil atau hukum yang ditetapkan, jenis dari hukum tersebut dan juga dapat dilihat secara parsial. Dari cara pandang dalil yang umum bahwa manusia diciptakan untuk menjadi khilafah di dunia dan pada saat yang bersamaan tidak melakukan kerusakan. Salah satu dari tujuan Allah SWT menciptakan manusia adalah untuk menjadi khilafah di muka bumi dengan menjaga kehidupan yang telah diberikan oleh Allah SWT kepada manusia. Secara lebih rinci lagi (parsial) kehidupan dimuka bumi dapat terjaga dengan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan pokok seperti makanan, pakaian dan tempat tinggal, kesemua ini sangat erat kaitannya dengan kegiatan produksi karena ia berfungsi untuk merubah bahan-

---

<sup>54</sup> Ibid. (*Dan sesungguhnya telah Kami berikan kepada Daud kurnia dari Kami. (Kami berfirman): "Hai gunung-gunung dan burung-burung, bertasbihlah berulang-ulang bersama Daud", dan Kami telah melunakkan besi untuknya, (yaitu) buatlah baju besi yang besar-besar dan ukurlah anyamannya; dan kerjakanlah amalan yang saleh. Sungguhnya Aku melihat apa yang kamu kerjakan.* 34: 10-11)

<sup>55</sup> Ibid.

bahan mentah untuk menjadi barang atau jasa yang dapat dimanfaatkan untuk keberlangsungan hidup manusia.

### ***Maṣlahah* dan Produksi**

Dalam ilmu ushul fiqh *maṣlahah* diartikan sebagai mengambil manfaat (kemaslahatan) dan menjauhi kerusakan.<sup>56</sup> Dan dalam kamus al-Munawwir *maṣlahah* diartikan sebagai faedah, kepentingan, kemanfaatan dan kemaslahatan.<sup>57</sup> Sedangkan Munrokhim menjelaskan bahwa tujuan akhir dari ekonomi Islam adalah untuk memenuhi tujuan syariah Islam itu sendiri (*maqāṣid shar‘iyah*), yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat (*falah*) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (*al-hayyah al-ṭayyibah*), dan tujuan syariat Islam tersebut adalah untuk mencapai kemaslahatan umat (*li maṣolihul al-‘ibad*). Dari penjelasan di atas bahwa dalam setiap aktivitas kegiatan produksi yang dilakukan oleh produsen atau pengusaha harus sejalan dengan maksud dari tujuan pensyariaan Islam (*maqāṣid shar‘iyah*).

Dalam konteks *maṣlahah* Siddiqi sebagaimana dikutip oleh Munrokhim bahwa terdapat empat *maṣlahah* spesifik dalam kegiatan produksi dalam Islam yaitu: *Pertama*, pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkat moderat; *kedua*, menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya; *ketiga*, menyiapkan persediaan barang/jasa di masa yang akan datang dan; *keempat*, pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah SWT.<sup>58</sup> Selanjut nilai-nilai Islam yang terkandung dalam kegiatan produksi yaitu: khilafah, adil dan *takaful*. Secara rinci nilai-nilai tersebut menurut Munrokhim ada dua belas rincian yaitu; (1) berwawasan jangka panjang yaitu berorientasi pada tujuan akhirat; (2) menepati janji dan kontrak, baik dalam lingkup internal atau eksternal; (3) memenuhi takaran, ketetapan, kelugasan dan kebenaran; (4) berpegang teguh pada kedisiplinan dan dinamis; (5) memuliakan prestasi dan produktivitas; (6) mendorong ukhuwah antar sesama pelaku ekonomi; (7) menghormati hak milik individu; (8) mengikuti syarat dan rukun akad dan transaksi; (9) adil dalam bertransaksi; (10) memiliki wawasan sosial; (11) pembayaran upah tepat waktu dan layak, dan; (12) menghindari jenis dan proses produksi yang diharamkan dalam Islam.<sup>59</sup>

Dari pemaparan paragraf sebelumnya konsep *maṣlahah* dalam rangkaian proses produksi menghasilkan barang dan jasa adalah menyempurnakan dan memperbaiki teori-teori produksi dalam analisis ilmu ekonomi konvensional.

---

<sup>56</sup> Nuruddin Muktar, *Ta’lim Ilmu Ushul*, Ed. II. (Riyadh, KSA: Maktab Al-Abikan, 2005). h 203.

<sup>57</sup> Munawwir, *Al-Munawwir Kamus Munawwir*, Ahmad Warson. *Al-Munawwir Kamis Arab-Indonesia*. h 789.

<sup>58</sup> Munrokhim Misanam dkk, *Ekon. Islam*. h 223.

<sup>59</sup> Ibid. h 252.

Jangkauan proses produksi tersebut tercermin dari keterjangkauannya terhadap aspek horizontal sosial kemasyarakatan yaitu hubungan manusia sebagai makhluk sosial. Disamping itu juga menjangkau aspek transendental yang itu hubungan manusia dengan Allah SWT sebagai sang pencipta alam semesta. Akan tetapi, terkadang pada sisi abstrak tidak dapat secara murni untuk dituangkan dalam angka namun dapat dicapai dan dirasa dengan berjalannya waktu dalam kegiatan produksi tersebut, dengan kata lain mendapatkan berkah dan keridhoan Allah SWT dari rangkaian produksi yang dilakukan oleh produsen atau perusahaan.

### Kesimpulan

Siklus kegiatan produksi untuk menghasilkan barang dan jasa terdapat beberapa proses yang harus dilalui oleh seorang produsen. Pemilihan faktor-faktor produksi (*input*) yang berimplikasi kepada pengeluaran yang harus ditanggung oleh produsen atau perusahaan modal berupa teknologi, tenaga kerja dan modal berupa uang. Dikarenakan biaya yang dikeluarkan oleh produsen untuk menghasilkan barang dan jasa maka produsen akan mencari keuntungan dari harga jual yang diterima konsumen. Proses mencapatakan keuntungan dikenal sebagai *profit maximization* dengan berbagai metoda yang digunakan, termasuk bentuk-bentuk pasar yang kemudian mempengaruhi terbentuknya harga-harga. Disisi lain, selain motif memaksimalkan keuntungan terdapat juga beberapa produsen yang cenderung merugikan konsumen untuk mencapai keuntungan pribadi dan perusahaan, sebagai contoh kasus penipuan biro perjalanan umroh PT. First Travel yang merugikan kurang lebih 60.000an nasabah dengan nominal hampir mencapai 800 milyar.

Dari kegelisahan yang terjadi akibat beberapa motif produsen yang tidak mengindahkan etika dan moral sehingga merugikan konsumen maka muncul arus baru yang menawarkan sinergitas nilai-nilai agama dalam proses kegiatan produksi. Diantara nilai yang terkandung didalamnya adalah menjada etika dan moral pada kegiatan produksi, sehingga tujuan akhir dari ekonomi Islam yaitu kebahagiaan (*falah*) dunia dan akhirat dapat tercapai dengan baik. Dalam siklus produksi *falah* dapat dicapai dengan mengedepankan *maṣlahah* atau kemaslahatan manusia dengan tidak bertentangan dengan syariah Islam. Kemudian *maṣlahah* dicapai dengan kegiatan produksi yang penuh keberkahan dan ridho dari Allah SWT.

Pada akhirnya kegiatan produksi konvensional dengan konsep yang ditawarkan oleh ekonomi Islam apabila melakukan sinergi yang baik maka kecenderungan untuk menggapai kehidupan yang lebih baik (*al-hayyah al-toyyibah*) terbuka lebar. Tentu teori produsen, produksi dan teori harga serta konsep *maṣlahah* dikedua belah pihak masih terdapat kelebihan dan kekurangan

masing-masing. Pada teori konvensional masih cenderung lebih berat kepada pendekatan pasar sehingga mengabaikan keberpihakan kepada sisi konsumen, walaupun dalam dekade terakhir terjadi pergeseran tujuan-tujuan perusahaan dalam kegiatan produksinya, sebagaimana dilakukan oleh beberapa perusahaan yang mengedepankan aspek sosial, kemanusiaan dan lingkungan baik melalui dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau melalui penggalangan dana khusus untuk kegiatan kemanusiaan. Sedangkan pada produksi dalam ekonomi Islam terdapat beberapa hal yang terkesan abstrak sehingga belum dapat dihitung secara kongkrit dengan kuantitatif dan juga implikasi dari biaya berkah menimbulkan *mark-up* dari hitungan normal.

## Daftar Rujukan

- Andwika, Rizky. "First Travel Kasus Penipuan Paling Heboh Tahun 2017." *Merdeka.Com*. Jakarta, 2017.
- Auda, Jasser. *Maqasid AL-Syariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. United Kingdom: Biddles Limited, King's Lynn, 2007.
- Hamzah, Yaksan, and Hamzah Hafid. *Etika Bisnis Islam*. Makasar: Kretakupa, 2014.
- Hardi, Eja Armaz. "Analisis Pemberdayaan Masyarakat Muslim Miskin Melalui Qardul Hasan (Studi Kasus Program Baitul Maal BMT Beringharjo Yogyakarta Tahun 2013)." Gadjah Mada University, 2013.
- Harisson, Michael R. *An Introduction to Business Ang Management Ethics*. New York: Palgrave Macmillan, 2005.
- Hinman, Lawrence M. *Ethics: A Pluralistic Approach to Moral Theory*. 4th Ed. United State of America: Thomson Wadsworth, 2008.
- Iswardono. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Gunadarma, 1994.
- Khanam, Dilruba, Muhammad Mohiuddin, Asadul Hoque, and Olaf Weber. "Financing Micro-Entrepreneurs for Poverty Alleviation : A Performance Analysis of Microfinance Services Offered by BRAC , ASA , and Proshika from Bangladesh." *Global Entrepreneurship Research* (2018).
- M. Dawam Rahardjo. *Arsitektur Ekonomi Islam: Menuju Kesejahteraan Sosial*. Bandung: Mizan, 2015.
- Moh. Idil Ghufron. "Konsep Masalah Maximizer Pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis." *Islam Nusantara* 01, no. 02 (2017): 131–143.
- Muktar, Nuruddin. *Ta'lim Ilmu Ushul*. Ed. II. Riyadh, KSA: Maktab Al-Abikan, 2005.
- Munawwir, Ahmad Warson. *Al-Munawwir Kamus Munawwir, Ahmad Warson. Al-Munawwir Kamis Arab-Indonesia*. Surabaya: Pustaka Progresif, 1984.
- Munrokhim Misanam dkk. *Ekonomi Islam*. 1st ed. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Najjar, Abd Majid. "Maqasid Syariah Bi Ab'ad Jadidah." Bairut: Daar el Gorb el Islamiyah, 2008.
- Parkin, Michael. *Microeconomics*. 10th Ed. Boston: Pearson, Addison-Wesley, 2012.
- Patrick J. Welch and Gerry F. Welch. *Economics: Theory & Practice*. 9th Ed. United State of America: John Wiley & Sons Inc., 2010.
- Perloff, Jeffrey M. *Microeconomics*. 6th Ed. Boston: Pearson, Addison-Wesley, 2012.
- Sarwat, Ahmad. *Seri Kehidupan (1) Ilmu Fiqih*. Edited by Aini Aryani. Cet. 1. Jakarta: DU Publishing, 2011.
- Summers, Micheal R. *Analyzing Operations in Buisness*. London: Quorums Book, 1998.

Syafii Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

Team, Zikr. "The Zikr Quranic Project." zikr.org, n.d.

Ted Batson and Blake J. Neff. *Business Ethics: Sunday Ethic-Monday World*. 2nd Ed. Indiana: Triangle Publishing, 2012.

Tucker, Peters and. *Introduction to Profit Maximization*. United State of America: Orange Apple, 2012.

Walter Nicholson and Christopher Snyder. *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions*. 11th Ed. United State of America: South-Western Cengage Learning, 2012.