

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Produksi dalam Ilmu Ekonomi

1. Pengertian Produksi

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh produsen dalam menghasilkan suatu barang dan jasa. Berikut ini adalah beberapa pengertian produksi menurut para ahli ekonomi:

a. Adam Smith

Produksi adalah suatu proses yang mencakup seluruh aktivitas manusia dalam menciptakan atau menambah nilai guna suatu barang dan jasa sehingga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat umumnya

b. Sukirno

Produksi adalah suatu proses penciptaan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dan mendapatkan manfaat dari kegunaan suatu barang agar dapat memenuhi kebutuhan hidup.

c. Paul A. Samuelson

Produksi adalah kegiatan menciptakan barang dan jasa dengan mengombinasikan berbagai faktor produksi, seperti tanah, tenaga kerja, modal, dan kewirausahaan.

d. David Ricardo

Produksi adalah upaya untuk mengubah bahan mentah menjadi barang jadi dengan



menggunakan tenaga kerja dan alat-alat produksi sehingga memiliki nilai tambah.¹⁶

2. Tujuan Produksi

Tujuan Produksi adalah sebagai berikut:

- a. Memenuhi kebutuhan manusia. Manusia memiliki beragam kebutuhan terhadap barang dan jasa yang harus dipenuhi dengan kegiatan produksi. Apalagi jumlah manusia terus bertambah.
- b. Mencari keuntungan atau laba. Dengan memproduksi barang dan jasa, produsen (orang yang memproduksi) berharap bisa menjualnya dan memperoleh laba sebanyak-banyaknya.
- c. Menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dengan memproduksi barang dan jasa, produsen akan memperoleh pendapatan dan laba dari penjualan produknya, yang dapat digunakan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan termasuk kehidupan para karyawan.
- d. Meningkatkan mutu dan jumlah produksi. Produsen selalu berusaha memuaskan keinginan konsumen. Dengan berproduksi, produsen mendapat kesempatan melakukan uji coba (eksperimen) untuk meningkatkan



¹⁶ Aswanto & Yurnal Edward, dkk, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Pekanbaru: Anak Hebat Indonesia, 2025), h. 102.



mutu sekaligus jumlah produksinya agar lebih baik dari produksi sebelumnya

- e. Mengganti barang-barang yang rusak karena dipakai atau karena bencana alam. Semua itu diganti dengan cara memproduksi barang yang baru.
- f. Memenuhi pasar dalam negeri dan luar negeri.
- g. Meningkatkan kemakmuran.
- h. Memperluas lapangan usaha¹⁷

3. Faktor- Faktor Produksi

Faktor produksi adalah semua sumber daya atau input yang digunakan dalam proses produksi barang dan jasa sehingga menjadi barang dan jasa (*output*) yang siap untuk digunakan atau dipakai oleh konsumen. Berikut merupakan penjelasan dari faktor produksi:

1. Komponen Input (Faktor-Faktor Produksi)

Input adalah segala sumber daya atau bahan masukan yang mutlak dibutuhkan dan digunakan dalam menjalankan suatu proses produksi barang atau jasa. Pada usaha pembuatan gula merah di Kelurahan Sungai Salak, komponen input terdiri dari beberapa unsur berikut:

- a. Sumber Daya Alam (SDA): Bahan baku utama yang digunakan secara mutlak adalah air nira

¹⁷ Chrisandy Roring, “faktor- Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Produksi Petani Bunga Di Kota Tomohon”, *Jurnal Berkala Ilmiah Efesiensi*, Vol. XIX, No. 1, (2019), h. 80- 81.

murni yang diambil langsung dari pohon kelapa (bukan pohon aren), mengingat wilayah Indragiri Hilir didominasi oleh perkebunan kelapa.

- b. Tenaga Kerja (SDM): Para petani lokal atau anggota keluarga (penderes) yang mengandalkan keahlian otodidak dan pengalaman turun-temurun untuk melakukan pekerjaan fisik yang berat, seperti memanjat pohon kelapa dan mengawasi proses memasak.
- c. Modal Alat Produksi (K): Peralatan tradisional yang digunakan untuk mendukung operasional, meliputi bumbung bambu/wadah plastik penampung nira di atas pohon, kuali atau wajan besi besar, tungku kayu bakar, alat pengaduk dari kayu, kain saring sederhana, serta cetakan yang terbuat dari bambu atau tempurung kelapa.
- d. Input Tambahan (Fenomena Lapangan): Penggunaan bahan tambahan berupa gula pasir (gula putih) yang ditemukan pada sebagian petani sebagai bahan substitusi dalam proses pengolahan.

2. Komponen Proses (Transformasi Produksi)

Proses adalah tahapan kegiatan, metode, serta teknik pengorganisasian faktor-faktor produksi untuk mengubah bahan masukan (input) menjadi barang jadi (output). Berdasarkan kondisi di lapangan, tahapan proses





1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

Penggunaan juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

pembuatan gula merah berjalan secara linier sebagai berikut:

- a. **Penyadapan Nira (Deres):** Kegiatan awal yang dilakukan pada pagi dan sore hari, di mana petani memanjat pohon kelapa untuk memotong mayang bunga kelapa dan memasang bumbung penampung guna mengumpulkan tetesan cairan nira manis.
- b. **Penyaringan Awal:** Cairan nira yang telah terkumpul diturunkan dari pohon lalu disaring menggunakan kain kasa sederhana untuk memisahkan kotoran fisik makro, seperti sisa serangga atau serpihan kayu.
- c. **Pemasakan (Penguapan Nira):** Nira bersih dimasukkan ke dalam kuali besi besar di atas tungku tradisional berbahan bakar kayu. Proses perebusan ini memakan waktu sekitar 4 hingga 5 jam dengan pengawasan suhu, di mana nira diaduk secara berkala hingga airnya menguap total dan berubah menjadi karamel pekat berwarna cokelat tua.
- d. **Pencampuran Bahan (Praktik Adulterasi):** Pada tahap pengentalan ini, sebagian petani melakukan pencampuran gula putih ke dalam adonan nira. Hal ini dilakukan demi efisiensi waktu pengentalan, pertimbangan biaya operasional yang lebih murah, serta untuk memenuhi permintaan pasar tertentu yang menyukai tekstur lebih keras.
- e. **Pencetakan dan Pendinginan:** Adonan yang sudah matang diangkat, diaduk cepat untuk

menciptakan kristalisasi yang homogen, lalu dituang ke dalam cetakan (bambu atau tempurung kelapa). Setelah didiamkan beberapa waktu hingga dingin dan mengeras, gula dikeluarkan dari cetakan.

3. Komponen Output (Hasil Produksi)

Output adalah hasil akhir berupa komoditas barang atau jasa yang telah selesai diproduksi dan siap untuk didistribusikan kepada konsumen.

1. Bentuk Fisik Output: Komoditas utama berupa gula merah kelapa (gula Jawa/gula merah cetak tradisional) yang padat.

2. Karakteristik & Kualitas: Memiliki nilai ekonomi tinggi bagi sumber pendapatan keluarga petani pedesaan. Namun, dari segi kualitas, terdapat variasi dan tantangan karena sebagian produk murni dan sebagian lainnya tercampur bahan lain.

3. Sistem Distribusi dan Pemasaran: Gula merah yang sudah padat dikemas menggunakan karung plastik atau kotak kayu tanpa merek, kemudian diangkut menggunakan sepeda motor berkeranjang (brongjong) menuju ke para pedagang pengumpul (tengkulak/toke lokal). Dari tengkulak, produk ini didistribusikan menggunakan mobil bak terbuka ke pasar-pasar tradisional di Tembilahan hingga lintas kabupaten/provinsi (seperti Jambi, Batam, dan Pekanbaru) untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan industri kuliner.





1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenai sanksi.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenai sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

4. Fungsi Produksi

Fungsi produksi merupakan suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara tingkat output dengan tingkat penggunaan input. Fungsi ini menjelaskan seberapa banyak barang dan jasa (*output*) yang dapat diproduksi menggunakan sejumlah faktor produksi (*input*). Fungsi produksi adalah alat penting bagi produsen untuk mencapai tujuan utama, yaitu memaksimalkan keuntungan dengan menghasilkan barang dan jasa secara efisien, sambil memanfaatkan sumber daya secara optimal. Penjelasan mengenai fungsi produksi adalah sebagai berikut:

$$Q=f(L, K, R, T)$$

Keterangan:

Q = *Output* (barang dan jasa)

L = *Labor* (tenaga kerja)

K = *Capital* (modal)

R = *Resources* (sumber daya alam)

T = *Technology* (teknologi)

Fungsi produksi ini menunjukkan bagaimana input diubah menjadi *output* melalui proses produksi sehingga menjadi suatu barang dan jasa yang kemudian digunakan oleh konsumen.¹⁸

¹⁸ *Ibid*, h. 107.

B. Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Pengertian Produksi Menurut Islam dan Dasar Hukumnya

Produksi dalam ekonomi Islam adalah setiap bentuk aktivitas yang dilakukan manusia untuk mewujudkan manfaat atau menambahkannya dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan Allah SWT sehingga menjadi maslahat, untuk memenuhi kebutuhan manusia. Hal ini dapat dijelaskan dalam semua aktifitas produksi barang dan jasa yang dilakukan seorang muslim untuk memperbaiki apa yang dimilikinya, baik berupa sumber daya alam dan harta dan dipersiapkan untuk bisa dimanfaatkan oleh pelakunya atau oleh umat Islam.¹⁹ Firman Allah dalam QS Al-Mulk:15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا
وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۚ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

*Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan. (Q.S. Al-Mulk : 15)*²⁰

¹⁹Khodijah Ishaq, “Konsep Etika Produksi dalam Sistem Ekonomi Islam Menurut Afzalur Rahman dan Yusuf Qardhawi”, 2025, h. 45.

²⁰Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, Qs Al- Mulk Ayat 15.





1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenai sanksi.
4. Pelanggaran juga dilarang dan dapat dikenai sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Dalam konteks produksi pangan, pencampuran bahan tambahan yang tidak sesuai dengan standar atau tidak diinformasikan kepada konsumen dikenal sebagai adulterasi. Adulterasi merupakan tindakan mencampurkan bahan lain ke dalam produk utama dengan tujuan tertentu, seperti meningkatkan volume, mempercepat proses produksi, atau menekan biaya produksi.

Dalam produksi gula merah, praktik pencampuran gula putih sering dilakukan untuk menghasilkan tekstur yang lebih keras, warna yang lebih cerah, serta mempercepat proses pengkristalan. Namun, tindakan ini dapat mengubah keaslian produk dan berpotensi menurunkan kualitas gula merah itu sendiri.

Beberapa faktor yang mendorong produsen melakukan pencampuran gula putih antara lain:

1. Efisiensi produksi, karena gula putih mempercepat proses pengentalan nira.
2. Pertimbangan ekonomi, untuk meningkatkan jumlah produksi dengan biaya relatif rendah.
3. Permintaan pasar, yang menginginkan bentuk dan warna tertentu.
4. Kurangnya pengetahuan produsen, terkait standar produksi pangan yang baik dan sesuai syariah.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
 4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Pencampuran gula putih dalam produksi gula merah memiliki beberapa dampak, antara lain:

- a. Menurunkan kualitas dan keaslian produk gula merah.
- b. Mengurangi nilai tradisional dan alami dari gula merah.
- c. Berpotensi merugikan konsumen, terutama jika tidak ada transparansi.
- d. Menurunkan daya saing produk lokal dalam jangka panjang.

Dalam ekonomi Islam, kegiatan produksi harus memenuhi prinsip halal, thayyib, jujur, dan tidak merugikan pihak lain. Praktik pencampuran gula putih perlu dikaji berdasarkan beberapa prinsip berikut:

a. Prinsip Kejujuran (*Ṣidq*)

Islam sangat menekankan kejujuran dalam kegiatan ekonomi. Jika produsen mencampurkan gula putih tanpa memberi informasi kepada konsumen, maka hal tersebut termasuk bentuk ketidakjujuran.

Sebagaimana hadis Nabi Muhammad SAW:

"Barang siapa yang menipu maka ia bukan termasuk golongan kami" (HR. Muslim).

b. Larangan *Gharar* (Ketidakjelasan)

Pencampuran tanpa informasi yang jelas kepada konsumen dapat mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), karena konsumen



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

tidak mengetahui kualitas dan komposisi sebenarnya dari produk yang dibeli.

c. Prinsip Halal dan Thayyib

Produk yang dihasilkan tidak hanya harus halal, tetapi juga thayyib (baik, berkualitas, dan tidak membahayakan). Pencampuran yang menurunkan kualitas atau merusak keaslian produk dapat bertentangan dengan prinsip ini.

d. Prinsip Keadilan (*Adl*)

Dalam Islam, produsen tidak boleh merugikan konsumen. Jika pencampuran dilakukan untuk keuntungan sepihak tanpa transparansi, maka hal tersebut melanggar prinsip keadilan dalam muamalah.

Dalam fiqih muamalah, praktik mencampurkan barang dagangan tanpa kejelasan termasuk dalam kategori *tadlis* (penipuan dalam jual beli). *Tadlis* terjadi ketika penjual menyembunyikan cacat atau informasi penting dari produk yang dijual. Jika gula merah dicampur dengan gula putih tanpa pemberitahuan, maka transaksi tersebut berpotensi tidak sah secara syariah karena mengandung unsur penipuan.

Fenomena pencampuran gula putih dalam produksi gula merah di Kelurahan Sungai Salak menunjukkan adanya tantangan dalam penerapan prinsip ekonomi Islam, khususnya dalam aspek kejujuran, kualitas produk, dan keberkahan usaha. Jika praktik



ini dilakukan tanpa transparansi, maka dapat mengurangi nilai keberkahan dalam usaha serta menurunkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pemahaman produsen mengenai pentingnya produksi yang sesuai dengan prinsip syariah, agar usaha yang dijalankan tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga bernilai ibadah.

2. Tujuan Produksi dalam Islam

Tujuan produksi dalam perspektif fiqh ekonomi khalifah Umar bin Khatab adalah sebagai berikut:

- a. Merealisasikan keuntungan seoptimal mungkin
Merealisasikan keuntungan seoptimal mungkin berarti ketika berproduksi bukan sekadar berproduksi rutin atau asal produksi melainkan harus betul-betul memperhatikan realisasi keuntungan, namun demikian tujuan tersebut berbeda dengan paham kapitalis yang berusaha meraih keuntungan sebesar mungkin.
- b. Merealisasikan kecukupan individu dan keluarga
Seorang Muslim wajib melakukan aktivitas yang dapat merealisasikan kecukupannya dan kecukupan orang yang menjadi kewajiban nafkahnya.
- c. Tidak mengandalkan oranglain sebagaimana yang diajarkan oleh umar r.a dalam ajaran



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Penggunaan juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

islam, seseorang yang mampu bekerja tidak dibenarkan untuk mengulurkan tangan kepada orang lain dengan meminta minta , sebaliknya umat islam dianjurkan untuk bersandar pada kemampuan diri sendiri dan tidak menggantungkan barang harapan pada apa yang dimiliki orang lain.

- d. Melindungi harta dan mengembangkannya
Harta memiliki peranan besar dalam Islam. Sebab dengan harta, dunia dan agama dapat ditegakkan. Tanpa harta, seseorang bisa saja tidak istiqamah dalam agamanya serta tidak tenang dalam kehidupannya. Dalam fiqh ekonomi Umar r.a. terdapat banyak riwayat yang menjelaskan urgensi harta, dan bahwa harta sangat banyak dibutuhkan untuk penegakan berbagai masalah dunia dan agama. Sebab, di dunia harta adalah sebagai kemuliaan dan kehormatan, serta lebih melindungi agama seseorang. Didalamnya terdapat kebaikan bagi seseorang, dan menyambungkan silaturahmi dengan orang lain. Karena itu, Umar r.a menyerukan kepada manusia untuk memelihara harta dan mengembangkannya dengan mengeksplorasinya dalam kegiatan-kegiatan produksi.
- e. Mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi dan mempersiapkannya untuk dimanfaatkan

Rezeki yang diciptakan Allah Swt. bukan hanya harta yang berada ditangan seseorang saja, namun mencakup segala sesuatu yang dititipkan oleh Allah Swt. di muka bumi ini sehingga dapat dijadikan sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan dan kesenangannya. Allah Swt. telah mempersiapkan bagi manusia di dunia ini banyak sumber ekonomi, namun pada umumnya untuk dapat dimanfaatkan harus dilakukan eksplorasi dalam bentuk kegiatan produksi sehingga dapat memenuhi kebutuhan manusia.

- f. Pembebasan dari belenggu ketergantungan ekonomi Produksi merupakan sarana terpenting dalam merealisasikan kemandirian ekonomi. Bangsa yang memproduksi kebutuhan-kebutuhannya adalah bangsa yang mandiri dan terbebas dari belenggu ketergantungan ekonomi bangsa lain. Sedangkan bangsa yang hanya mengandalkan konsumsi akan selalu menjadi tawanan belenggu ekonomi bangsa lain.
- g. *Taqarrub* kepada Allah SWT Seorang produsen Muslim akan meraih pahala dari sisi Allah Swt. disebabkan aktivitas produksinya, baik tujuan untuk memperoleh keuntungan, merealisasi kemapanan, melindungi harta dan mengembangkannya atau tujuan lain selama ia menjadikan





1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
- Penggunaan juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

aktivitasnya tersebut sebagai pertolongan dalam menaati Allah Swt. Semua tujuan produksi dalam Islam pada dasarnya adalah untuk menciptakan masalah yang optimum bagi manusia secara keseluruhan sehingga akan dicapai falāh yang merupakan tujuan akhir dari kegiatan ekonomi sekaligus tujuan hidup manusia. Falāh itu sendiri adalah kemuliaan hidup di dunia dan akhirat yang akan memberikan kebahagiaan hakiki bagi manusia.

Dengan demikian, kegiatan produksi sangatlah memperhatikan kemuliaan dan harkat manusia yakni dengan mengangkat kualitas dan derajat hidup manusia. Kemuliaan harkat kemanusiaan harus mendapat perhatian besar dan utama dalam keseluruhan aktifitas produksi, karena segala aktivitas yang bertentangan dengan pemuliaan harkat kemanusiaan bertentangan dengan ajaran Islam (P3EI UII). Oleh karenanya, kegiatan produksi dalam perspektif ekonomi Islam terkait dengan manusia dan eksistensinya dalam aktivitas ekonomi.²¹

3. Prinsip- Prinsip Produksi dalam Islam

Berikut adalah pembahasan mengenai konsep Maqashid al-Syari'ah menurut

²¹ Muhammad Turmudi, “Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *ISLAMADINA: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. XVIII, No. 1, (Maret 2017), h. 44- 45.

pandangan Imam Al-Ghazali, Imam As-Suyuthi, Khalifah Umar bin Khattab, dan Imam Asy-Syatibi. prinsip produksi yang harus menjaga lima elemen dasar (*al-kulliyat al-khamsah*) serta tingkatan kebutuhan (*dharuriyyat, hajiyyat, tahsiniyyat*).

Al-Ghazali merupakan salah satu peletak dasar penataan *al-kulliyat al-khamsah* (lima prinsip universal) secara sistematis. Menurutny, tujuan utama syariat adalah menjaga kemaslahatan manusia, yang intinya bermuara pada perlindungan terhadap lima hal: agama (*din*), jiwa (*nafs*), akal (*'aql*), keturunan (*nasl*), dan harta (*mal*). Al-Ghazali menegaskan bahwa segala hal yang menjamin terpeliharanya kelima perkara ini disebut maslahat, sedangkan segala hal yang merusaknya disebut mafsadat (kerusakan) yang harus ditolak.

As-Suyuthi mengontekstualisasikan maqashid syari'ah melalui pendekatan kaidah fikih (*qawa'id fikhijjah*). Salah satu kaidah fundamental yang diusungnya adalah "*Al-Masyaqqah tajlibu al-taysir*" (kesulitan mendatangkan kemudahan). Bagi As-Suyuthi, esensi dari maqashid al-syari'ah adalah menghilangkan kesempitan (*raf'u al-haraj*) dari umat manusia. Syariat Islam diturunkan bukan untuk memberatkan, melainkan untuk memberikan kemudahan dan jalan keluar demi kemaslahatan hidup manusia di dunia dan akhirat.





Secara teoretis-kodifikatif, Umar memang tidak menulis kitab khusus mengenai maqashid. Namun, secara praktis, Umar bin Khattab adalah pionir kontekstualisasi maqashid al-syari'ah dalam kebijakan publik. Kebijakan-kebijakannya sangat dinamis demi menjaga esensi kemaslahatan.

Contohnya: Umar pernah menghentikan pembagian zakat kepada mualaf karena menganggap Islam sudah kuat (kondisi sosiologis berubah), serta menanggukuhkan hukuman potong tangan bagi pencuri di masa kelaparan demi menjaga keberlangsungan hidup (*hifzh al-nafs*).

4. Menurut Imam Asy-Syatibi

Asy-Syatibi digelar sebagai Bapak Maqashid al-Syari'ah karena ia adalah ulama pertama yang membukukan konsep ini secara komprehensif dan menjadikannya disiplin ilmu mandiri dalam kitabnya *Al-Muwafaqat*.

Dengan bertujuan kebahagiaan dunia dan akhirat, prinsip produksi dalam ekonomi Islam yang berkaitan dengan maqashid al-syari'ah antara lain:

- a. Kegiatan produksi harus dilandasi nilai-nilai Islam dan sesuai dengan maqashid al-syari'ah. Tidak memproduksi barang/jasa yang bertentangan dengan penjiagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.

b. Prioritas produksi harus sesuai dengan prioritas kebutuhan yaitu *dharuriyyat*, *hajiyyat* dan *tahsiniyyat*.

- 1) Kebutuhan *dharuriyyat* (kebutuhan primer) merupakan kebutuhan yang harus ada dan terpenuhi karena bisa mengancam keselamatan umat manusia. Pemenuhan kebutuhan *dharuriyyat* terbagi menjadi lima yang diperlukan sebagai perlindungan keselamatan agama, keselamatan nyawa, keselamatan akal, keselamatan atau kelangsungan keturunan, terjaga dan terlindunginya harga diri dan kehormatan seorang, serta keselamatan serta perlindungan atas harta kekayaan.
- 2) Kebutuhan *hajiyyat* (kebutuhan sekunder) merupakan kebutuhan yang diperlukan manusia, namun tidak terpenuhinya kebutuhan sampai mengancam eksistensi kehidupan manusia menjadi rusak, melainkan hanya sekedar menimbulkan kesulitan dan kesukaran.
- 3) Kebutuhan *tahsiniyyat* (kebutuhan tersier) merupakan kebutuhan manusia yang mendukung kemudahan dan kenyamanan hidup manusia.





- c. Kegiatan produksi harus memperhatikan aspek keadilan, sosial, zakat, sedekah, infak dan wakaf.
- d. Mengelola sumber daya alam secara optimal, tidak boros, tidak berlebihan serta tidak merusak lingkungan.
- e. Distribusi keuntungan yang adil antara pemilik dan pengelola, manajemen dan buruh²²

4. Etika Produksi dalam Islam

a) Pengertian Etika Bisnis

Istilah etika (*ethics*) berasal dari kata Yunani, yaitu ethos (bentuk tunggal) yang berarti adat istiadat (kebiasaan), perasaan batin, kecenderungan hati untuk melakukan perbuatan, watak, sikap, cara berpikir. Etika adalah refleksi dari apa yang disebut dengan “*self control*”, karena segala sesuatunya dibuat dan diterapkan dari dan untuk kepentingan kelompok sendiri. Dengan kata lain bahwa etika lebih bersikap teoritis. Etika hanya berbicara mengenai nilai perbuatan baik dan buruknya manusia dengan tolak ukur akal pikiran²³. Etika yang baik itu mencakup:

- 1) Perusahaan dan individu dalam dunia bisnis diharapkan untuk bersikap jujur dalam transaksi dan komunikasi mereka

²² Ibid, h. 46.

²³ Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Bandar Lampung:LP2M IAIN Raden Intan Lampung, 2015) h. 25



- 2) Bisnis harus berperan dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dan lingkungan, serta memberikan dampak positif pada masyarakat.
- 3) Etika bisnis menuntut agar semua pihak diperlakukan secara adil, tanpa diskriminasi, dan dengan menghormati hak-hak mereka.
- 4) Bisnis harus menjalankan operasi mereka dengan integritas tinggi, menghindari penipuan, manipulasi, atau perilaku yang merugikan pihak lain.

Etika bisnis (*business ethics*) berusaha untuk melarang perilaku bisnis, manajer perusahaan, dan pekerja yang seharusnya tidak dilakukan. Etika adalah sumber tuntunan di luar hukum yang ditegakkan. Hal ini jelas dan tidak perlu diperdebatkan bahwa perusahaan dan pekerjanya seharusnya tidak ikut serta dalam tindakan yang melawan hukum, seperti menjual produk yang berbahaya atau rusak, dan ketidak tahuan terhadap hukum tidak dapat digunakan sebagai pembenaran terhadap berbagai tindakan melawan hukum. Etika bisnis dan manajemen jauh dalam melewati hukum dalam memberikan acuan mengenai perilaku apa yang dapat diterima dalam berbagai transaksi bisnis. Namun demikian, karena didasarkan kepada nilai-nilai, seringkali tidak jelas apa itu perilaku etis atau tidak, karena orang yang berbeda dapat memiliki nilai yang berbeda .

Kata etika dan etis tidak selalu dipakai dalam arti yang sama dan karena itu pula etika bisnis dapat

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

berbeda artinya. Cara untuk menganalisis arti etika adalah membedakan antara “etika sebagai praktis” dan “etika sebagai refleksi”. Etika sebagai praktis sama artinya dengan moral atau moralitas: apa yang harus dilakukan, tidak boleh dilakukan, pantas dilakukan dan sebagainya. Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral. Dalam etika sebagai refleksi kita berpikir tentang apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Etika sebagai refleksi berbicara tentang etika sebagai praktis atau mengambil praktis etis sebagai obyeknya. Etika sebagai refleksi menyoroti dan menilai baik buruknya perilaku orang.

Etika dalam arti ini dapat dijalankan dalam taraf populer maupun ilmiah Seperti etika terapan pada umumnya, etika bisnis pun dapat dijalankan pada tiga taraf: taraf makro, meso dan mikro. Tiga taraf ini berkaitan dengan tiga kemungkinan yang berbeda untuk menjalankan kegiatan ekonomi dan bisnis. Pada taraf makro, etika bisnis mempelajari aspek-aspek moral dari sistem ekonomi sebagai keseluruhan. Jadi disini masalah-masalah etika disoroti pada skala besar. Misalnya masalah keadilan: bagaimana sebaiknya kekayaan di bumi ini dibagi dengan adil. Beberapa contoh lain adalah: aspek-aspek etis dari kapitalisme dan globalisasi; masalah keadilan sosial dalam suatu masyarakat, terutama berkaitan dengan kaum buruh; masalah utang negara-negara selatan terhadap negara-negara utara dan sebagainya. Pada taraf meso



(madya atau menengah), etika bisnis menyelidiki masalah- masalah etis di bidang organisasi.

Organisasi disini berarti perusahaan, tetapi bisa juga serikat buruh, lembaga konsumen, perhimpunan profesi, dan lain-lain. Pada taraf mikro, yang difokuskan ialah individu dalam hubungan dengan ekonomi atau bisnis. Disini dipelajari tanggung jawab etis dari karyawan dan majikan, bawahan dan manajer, produsen dan konsumen, perhimpunan profesi, dan lain-lain.

Perkataan etika atau seperti lazim disebut etik, berasal dari bahasa latin *ethica*. Ethos dalam bahasa Yunani artinya norma – norma, nilai, kaidah, ukuran bagi tingkah laku yang baik. Etika perlu dipahami sebagai sebuah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral. Etika bermaksud membantu manusia untuk bertindak secara bebas dan dapat dipertanggungjawabkan karena setiap tindakannya selalu lahir dari keputusan pribadi yang bebas dengan selalu bersedia untuk mempertanggungjawabkan tindakannya tersebut karena ada alasan yang jelas atas tindakannya. Etika bermaksud membantu manusia untuk bertindak secara bebas dan dapat dipertanggungjawabkan karena setiap tindakannya selalu lahir dari keputusan pribadi yang bebas dengan selalu bersedia mempertanggungjawabkan tindakannya itu karena terdapat alasan-alasan dan pertimbangan dalam setiap tindakannya.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Etika bisnis dapat dilihat sebagai suatu usaha untuk merumuskan dan menerapkan prinsip-prinsip dasar etika di bidang hubungan ekonomi antar manusia. Dapat juga dikatakan bahwa etika bisnis menyoroti segi-segi moral dalam hubungan antar berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan masyarakat. Etika bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham dan masyarakat. Dalam menciptakan etika bisnis, menurut Dalimunthe dalam Kharis menganjurkan untuk memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

1) Pengendalian Diri.

Pelaku bisnis dapat mengendalikan diri untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dalam bentuk apapun. Tidak mendapatkan keuntungan dengan jalan curang atau memakan puhak lain dengan menggunakan keuntungan tersebut.

2) Pengembangan Tanggung Jawab Sosial.

Pelaku bisnis dituntut untuk peduli dengan keadaan masyarakat bukan hanya dalam bentuk “uang” dengan memberikan sumbangan melainkan lebih kompleks lagi.

3) Menciptakan Persaingan yang Sehat.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



- 4) Menerapkan Konsep “Pembangunan Berkelanjutan”.
- 5) Yaitu memikirkan bagaimana keadaan di masa yang akan datang. Pelaku bisnis dituntut untuk tidak mengeksploitasi lingkungan dan keadaan sekarang tanpa mempertimbangkan keadaan di masa mendatang
- 6) Menghindari Sifat 5K (Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi dan Komisi).

Etika sebagai perangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dari apa yang salah, sedangkan bisnis adalah suatu serangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis, maka etika diperlukan dalam bisnis. Dengan demikian dapat dipahami bahwa, etika bisnis adalah norma-norma atau kaidah etik yang dianut oleh bisnis, baik sebagai institusi atau organisasi, maupun dalam interaksi bisnisnya dengan “*stakeholders*” nya. Etika dan tindak tanduk erisnya menjadi bagian budaya perusahaan dan “*buil-in*” sebagai perilaku (*behavior*) dalam diri karyawan biasa sampai *CEO*. Bahkan pengusaha sekalipun yang standarnya tidak uniform atau universal. Tapi lazimnya harus ada standar minimal.

Ketidak universalan itu mencuatkan berbagai perspektif suatu bangsa dalam menjiwai, mengoperasikan dan setiap kali menggugat diri. Etika bisnis merupakan etika terapan. Etika bisnis merupakan aplikasi pemahaman kita tentang apa yang baik dan benar untuk beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas dan usaha yang kita sebut bisnis.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Pembahasan tentang etika bisnis harus dimulai dengan menyediakan kerangka prinsip-prinsip dasar pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan istilah baik dan benar, hanya dengan cara itu selanjutnya seseorang dapat membahas implikasi-implikasi terhadap dunia bisnis. Etika dan Bisnis, mendeskripsikan etika bisnis secara umum dan menjelaskan orientasi umum terhadap bisnis, dan mendeskripsikan beberapa pendekatan khusus terhadap etika bisnis, yang secara bersama-sama menyediakan dasar untuk menganalisis masalah-masalah etis dalam bisnis. Dengan demikian, bisnis dalam Islam memposisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah SWT. Bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, negara dan Allah SWT.

a) Tujuan Umum Etika Bisnis Islam

Dalam hal ini, etika bisnis Islam adalah merupakan hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional. Sebagaimana diungkapkan oleh Dr. Syahata, bahwa etika bisnis Islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut:²⁴

²⁴ Husein Syahata, *Etika*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 12



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari pemilik hak cipta.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.

4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

- 1) Membangun kode etik islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari risiko.
- 2) Kode ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggungjawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan diatas segalanya adalah tanggungjawab di hadapan Allah SWT.
- 3) Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
- 4) Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama antara mereka semua.

b) Panduan Rasulullah Dalam Etika Bisnis

Nabi Muhammad SAW selalu mengajarkan dan memberi tauladan yang baik kepada umatnya tidak terkecuali dengan tauladan dalam melakukan kegiatan bisnis, diantaranya yaitu:

1) jujur

Bagi pelaku bisnis jujur merupakan sifat yang wajib dimiliki, dengan berlaku jujur membuat pelanggan



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

ingin kembali lagi karena tidak merasa dibohongi oleh penjual, karena seorang pebisnis yang tidak memiliki sikap jujur akan membawa pengaruh negatif bagi dirinya maupun usahanya. Dalam Al-Quran keharusan bersikap jujur dalam dunia bisnis tercantum dalam Q.S Asy-Syu'ara 181-182.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ

"Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan". (Q.S Asy-Syu'ara:181)

وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ

"dan timbanglah dengan timbangan yang lurus" (Q.S Asy-Syu'ara:182)

Perintah untuk menyempurnakan takaran (sukatan atau timbangan) dan tidak menjadi golongan yang merugikan orang lain dalam transaksi jual beli. Serta perintah untuk menimbang dengan neraca atau timbangan yang benar dan adil sesuai kesepakatan, agar tidak terjadi kecurangan dalam takaran dan timbangan.

Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam hal ini, beliau bersabda:

"Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya" H.R Al-Quzwani).

“Siapa yang menipu kami, maka dia bukan elompok kami” (H.R. Muslim).

Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak Ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta’awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

2) Tidak Menipu

Tidak menipu adalah tidak menipu kekurangan barang dagangan dengan perkataan yang manis dan bersumpah palsu surat An-Nahl ayat 94.

وَلَا تَتَّخِذُوا أَيْمَانَكُمْ دَخْلًا بَيْنَكُمْ فَتَزِلَّ قَدَمٌ بَعْدَ ثُبُوتِهَا وَتَذُوقُوا
الْسُّوءَ بِمَا صَدَدْتُمْ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَلَكُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ

“Dan janganlah kamu jadikan sumpah-sumpahmu sebagai alat penipu di antaramu, yang menyebabkan tergelincir kaki(mu) sesudah kokoh tegaknya, dan





1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

kamu menghalangi (manusia) dari jalan Allah, dan bagimu azab yang besar". (Q.S An-Nahl : 94)²⁵

Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan penipuan dalam melakukan transaksi bisnis Dalam sebuah hadis riwayat Bukhari, Nabi bersabda, *"Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memanggur terjual, tetapi hasilnya tidak berkah"*. Dalam hadis riwayat Abu Zar, Rasulullah saw mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis, dan Allah tidak akan memperdulikannya nanti di hari kiamat (H.R. Muslim).

Praktik sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.

3) Amanah

Amanah yang dimaksudkan adalah dengan tanggungjawab dan dapat dipercaya. Amanah adalah menjaga kepercayaan yang telah diberikan masyarakat. Sikap yang tidak termasuk dalam amanah adalah bersikap ihtiar atau penimbun barang yang sedang langka di pasar dan dijual kembali apabila harga sangat tinggi, membuat harga menjadi melonjak serta ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran.

²⁵ Q.S An-Nahl : 94



4) Murah Hati

Nabi Muhammad SAW selalu mengajarkan kepada umatnya bahwa dalam melakukan kegiatan bisnis senantiasa bermurah hati, baik kepada pesaingnya maupun pembeli murah hati yang dimaksudkan adalah bersikap sopan, ramah, murah senyum, suka mengalah namun tetap bertanggungjawab. Seorang pelaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad SAW mengatakan *"Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis"*. (H.R Bukhari dan Tarmizi);

5) Tidak Melakukan Ihtikar

Ihtikar ialah (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.

6) Tidak Menunda Upah

Membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad Saw bersabda, *"Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya"*. Hadist ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.

7) Tidak Monopoli

Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli.



Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk. Keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.

8) Menghindari Mudharat

Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (mudharat) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata di saat terjadi chaos (kekacauan) politik. Tidak boleh menjual barang halal, seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena ia diduga keras, mengolahnya menjadi miras.

Semua bentuk bisnis tersebut dilarang Islam karena dapat merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat. Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ektasi, dan sebagainya. Nabi Muhammad Saw Bersabda. *"Sesungguhnya Allah mengharamkan jual beli khamr, bangkai, babi dan berhala"* (H.R. Bukhari).²⁶

"Produksi gula merah di Kelurahan Sungai Salak secara syariat telah memenuhi prinsip produksi Islam karena objek yang diproduksi bukan

²⁶Muhammad bin Ismail Al- Bukhari, *Shahih Bukhari Jilid II*, (Beirut: Dar Tahuq Al- Najah, 1442), No Hadits 2236, h. 71.

merupakan barang-barang yang dilarang dalam hadis Nabi Muhammad SAW, seperti khamar atau bangkai, melainkan berasal dari nira kelapa yang suci dan halal."

Fenomena yang terjadi pada pelaku bisnis terkadang tidak mengindahkan hal-hal seperti kejujuran dalam mengatakan asal usul produk, promosi yang penuh kebohongan, tidak ramah pada konsumen yang sekedar tanya-tanya serta tidak menepati janji, padahal Rasulullah telah memberikan tauladan tentang bagaimana etika dalam berbisnis.

Keinginan untuk memperoleh keuntungan merupakan suatu hal yang wajar dalam dunia bisnis, akan tetapi hak pembeli harus tetap dihormati, dalam artian penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli.²⁷ Sementara mereka masih berasumsi secara konvensional, sehingga menganggap ukuran keberhasilan suatu bisnis terletak pada seberapa besar keuntungan dalam bentuk materil yang diperoleh serta seberapa banyak barang yang bisa terjual.

Disisi lain persaingan usaha semakin sengit menuntut para pelaku usaha untuk selalu berinovasi dalam merancang strategi-strategi bisnis agar tidak kalah dalam persaingan. Tidak sedikit para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya dengan menghalalkan sisi etika bisnisnya.

²⁷ Muhammad Djakfar, *Aagama, etika dan ekonomi*, Malang: UIN-Malang Press, Cet. Ke-1, 2007., h. 31





dijual memang patut untuk dibeli.²⁸ Karena itu perlu dipertimbangkan beberapa aspek dalam menentukan strategi pemasaran yang akan dijalankan dengan memperhatikan *marketing mix* yaitu strategi produk (*product*), tempat/distribusi (*place*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*), *People, process, Physical evidence*.

1. Produk (*product*), keragaman produk, kualitas, design, nama merek, kemasan, ukuran, garansi dan benefit produk. Semakin baik kualitas produk akan semakin besar kemungkinan menjual. Produk yang baik adalah produk yang mampu memenuhi keinginan konsumen.
2. Tempat/distribusi (*place*), merupakan saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan, lokasi, persediaan dan transportasi, dimana dengan letak/posisi tempat yang strategis dan baik akan banyak menunjang keberhasilan proses menjual.
3. Harga (*price*), merupakan unsur yang tidak kalah penting, didalam konteks penjualan. harga adalah harga produk itu sendiri termasuk diskon, potongan harga khusus, sistem pembayaran lain diatur secara periodik atau bayar dengan cicilan merupakan bagian dari unsur harga yang tak kalah penting dalam menunjang proses keberhasilan memasarkan produk.
4. Promosi (*promotion*), merupakan proses memperkenalkan produk dengan cara tertentu,

²⁸Muhammad Djakarta, *Agama, Etika dan Ekonomi*, (Malang:UIN Malang Pers, 2017), h. 16.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

seperti promosi penjualan khusus, periklanan, tenaga penjualan, kehumasan (public relation) dan pemasaran langsung agar produk kita dikenal banyak konsumen. Proses ini sangat penting dalam membangun image produk yang mempunyai daya jual tinggi.²⁹

5. Masyarakat (*People*) merupakan variabel penggerak menjalankan kegiatan pemasaran atau sebuah organisasi yang memberikan pelayanan untuk konsumen dalam membangun loyalitas. Setiap orang harus saling menghargai sesama manusia, menerapkan dalam diri untuk berperilaku dan bertingkah laku yang baik, sebagai sumber daya manusia dalam sebuah bisnis dalam melayani konsumen dengan rasa sabar, ikhlas, dan memberikan perilaku yang baik, menghargai semua konsumen dengan memberikan kenyamanan kepada konsumen.
6. Proses (*Process*) memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah bisnis, seorang pembisnis harus sangat memperhatikan kualitas produk dan memberikan informasi yang sesuai kepada konsumen terkait kondisi barang yang ada. Tentu semuanya harus tetap menjaga prinsip syariah untuk mencapai target yang diinginkan, mulai dari proses pemilihan produk yang akan dijual hingga dalam memasarkan produk. karena hal ini untuk

²⁹ Ikatan Bankir Indonesia, *Menelola Kualitas Layanan Bank, PT Gramedia Pustaka Utama:Jakarta Pusat*, h,192.



kenyamanan konsumen yang memakainya dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

7. Bukti fisik (*Physical Evidence*) dimana fisik disini merupakan output yang diberikan penjual kepada konsumen sebagai alat pendukung pelayanan perusahaan yang disediakan. Memberikan kualitas kenyamanan hingga dapat menentukan minat konsumen untuk bertransaksi pada perusahaan yang memiliki situ yang menarik.³⁰



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
- Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

³⁰ Juliyani, E. (2016). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jurnal Unimul Quro, 7(1), 63-74.