

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Perilaku Produsen

##### 1. Pengertian Perilaku Produsen

Perilaku adalah suatu perkataan, tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang yang dapat digambarkan dan diamati oleh orang lain yang melakukannya.<sup>13</sup> Produsen merupakan orang yang bertanggungjawab terhadap seluruh kegiatan produksi untuk menghasilkan barang yang akan dijual dan dipasarkan kepada konsumen dengan tujuan mendapatkan keuntungan.<sup>14</sup> Perilaku produsen adalah sikap pengusaha dalam melakukan kegiatan produksi barang atau jasa.<sup>15</sup>

Perilaku produsen menurut Muhammad merupakan suatu tindakan yang dilakukan produsen untuk memenuhi kebutuhan dengan cara menghasilkan produk dengan biaya yang paling sedikit dan menggunakan faktor-faktor maupun variabel yang memiliki pengaruh kuat didalamnya.<sup>16</sup> Sedangkan dalam ekonomi Islam, perilaku produsen menurut Khaf dalam penelitian yang dilakukan oleh Sri Laksmi ialah

---

<sup>13</sup> Vinna Sri Yunairti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung:CV Pustaka Setia, 2015), hal. 76

<sup>14</sup> Sudaryono, *Perilaku Konsumen...*, hal. 14

<sup>15</sup> Ermawati Usman, Perilaku Produsen dalam Etika Bisnis Islam (Suatu Upaya Perlindungan Konsumen), (*Jurnal Hunafa*, Vol. 4 No. 3, September 2007), hal. 210

<sup>16</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, 2004), hal. 256

kegiatan manusia yang memiliki tujuan untuk memperbaiki kesejahteraan dalam dunia maupun akhirat.<sup>17</sup>

Agama islam menganjurkan umatnya untuk melakukan produksi dan berperan dalam berbagai aktivitas ekonomi. Seluruh pekerjaan di dunia merupakan sebagai bentuk bagian dari jihad dan ibadah. Pada masa Rasulullah SAW, beliau tidak membatasi sahabatnya untuk berkreasi dan meninggalkan keterampilannya, karena pada dasarnya keterampilan akan menghasilkan manfaat bagi diri sendiri dan mencapai kemaslahatan umat.<sup>18</sup>

Dengan keyakinan tentang kepemilikan absolute dari Allah SWT, konsep produksi dalam Islam tidak hanya memiliki motif untuk memaksimalkan keuntungan dunia saja tetapi sangat lebih penting untuk keuntungan akhirat. Seperti halnya dalam surat Al-Qasas ayat 77:

وَأَبْتَغِ فِي مَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا  
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

*Artinya: “Dan carilah apa yang sudah dianugerahkan oleh Allah SWT kepadamu (kebahagiaan) dalam negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah sudah berbuat kebaikan kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di muka bumi ini. Sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”<sup>19</sup>*

---

<sup>17</sup> Sri Laksmi Pardanawati, Perilaku Produsen Islam, (*Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.1, No.1, 2015), hal. 38

<sup>18</sup> Ika Yunia Fauziah, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al Syari'ah*, (Jakarta: Kencana Prena Media Group, 2014), hal. 117

<sup>19</sup> Litbang, *Alquran dan...*, hal. 567

Motif ekonomi dalam Islam tidak sepenuhnya menentang setiap orang untuk melakukan suatu proses produksi guna mencapai sebuah keuntungan, karena di dalam Islam selalu menjelaskan tentang seluruh nilai moral dan utilitas untuk manusia. Islam selalu mengajarkan jika sebaik-baiknya orang ialah yang bermanfaat untuk orang lain. Dengan demikian berusaha dan bekerja memiliki peran penting dalam Islam, dapat dibayangkan apabila orang tidak memiliki pekerjaan, tidak bekerja, atau tidak melakukan kegiatan produksi maka akan sulit untuk memberikan manfaat bagi orang lain.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku produsen ialah suatu perilaku atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang ataupun organisasi dalam kegiatan pengaturan produksi mulai dari pemilihan bahan baku hingga menghasilkan produk yang memiliki kualitas dan mutu yang tinggi serta dapat diterima oleh para konsumen.

## **2. Macam-macam Perilaku Produsen**

Perilaku produsen merupakan kegiatan pengaturan seluruh hasil produksi dapat diterima masyarakat dan hasil produksi dari penjualan akan menghasilkan keuntungan besar. Perilaku produsen dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

- a. Perilaku negatif yaitu sikap atau tindakan yang diambil oleh seorang produsen untuk menjalankan seluruh kegiatan produksi yang memberikan berbagai dampak negatif atau merugikan pihak-pihak disekitar.

- b. Perilaku positif yaitu sikap atau tindakan yang diambil oleh seorang produsen untuk menjalankan seluruh kegiatan produksi yang memberikan berbagai manfaat bagi pihak-pihak lain.

Seorang produsen akan mencapai keberhasilan jika dapat bekerja dengan baik, berperilaku yang positif, tidak merugikan orang lain maupun lingkungan sekitar, dengan demikian daya produksi dan konsumsi akan mengalami kestabilan.<sup>20</sup>

Pemasaran juga penting dilakukan dengan merujuk pada sebuah proses untuk melakukan pertukaran dengan cara memberikan kepuasan dan memenuhi keinginan seseorang dengan berinteraksi langsung terhadap pasar. Dalam artian pertukaran sendiri merupakan sebuah kegiatan dimana penjual mencari pembeli hingga mencari kebutuhan konsumen dan mempromosikan langsung kepada konsumen, mempromosikan produk dan mendistribusikan produk hingga sampai pada para konsumennya dengan harga yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>21</sup>

### 3. Prinsip Dasar Perilaku Produsen dalam Islam

Terdapat landasan untuk perilaku produsen sebagai perwujudan dari *Islamic Man*, yaitu:<sup>22</sup>

- a. Memegang prinsip efisiensi

---

<sup>20</sup> Darmiyati Zuchdi, *Pembentukan Sikap*, (Jurnal Cakrawala Pendidikan Vol. 14 No. 3, November 1995), hal. 52

<sup>21</sup> Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal. 7

<sup>22</sup> Dede Nurohman, *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hal. 113

Produsen harus mampu menerapkan prinsip efisiensi dalam seluruh kegiatan produksi. Ketika produsen terlalu banyak memproduksi melebihi kapasitas yang diinginkan para konsumen, maka produk akan menjadi sia-sia.

b. Produsen harus inovatif, proaktif dan kreatif

Produsen wajib inovatif, proaktif, dan inovatif dalam membuat produk tidak sekedar barang yang biasa dibutuhkan para konsumen. Kreatifitas sedikit dibatasi oleh nilai-nilai Islam yang memiliki tujuan untuk mendidik konsumen juga harus diperhatikan oleh produsen.

c. Orientasi dalam pembuatan produk

Kaidah Islam menganjurkan supaya produk yang dikonsumsi masyarakat mengandung kemanfaatan bagi seluruh umat sehingga orientasi yang dilakukan oleh produsen tidak hanya mencari keuntungan tetapi juga mencari ketentraman hidup dalam dunia maupun akhirat.

d. Menjaga keramahan lingkungan

Kegiatan produksi harus memperhatikan lingkungan sekitar, serta memastikan bahan-bahan yang digunakan dalam proses kegiatan produksi sampai pembuangan limbah tidak menyebabkan lingkungan tercemar bahkan rusak.

e. Memprediksi dan mengantisipasi dampak negatif dari kegiatan produksi.

Kegiatan produksi harus dilakukan sangat berhati-hati dalam mempertimbangkan segala hal yang akan diproduksi. Produsen harus mempersiapkan bahan yang memiliki kualitas yang baik, memantau proses produksi, melakukan uji medis maupun teknis, mempersiapkan tenaga-tenaga ahli sesuai bidangnya, melakukan uji coba untuk memastikan bahwa produk yang dibuat tidak akan membahayakan para konsumen, dan memberikan informasi produk seperti aturan pakai, efek samping, tanggal kadaluarsa serta peringatan-peringatan lain yang menjadi pengetahuan dasar bagi konsumen sebelum menggunakan produk.<sup>23</sup>

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa prinsip dasar perilaku produsen sebagai perwujudan dari *Islamic Man* harus memegang prinsip efisiensi dalam seluruh kegiatan konsumsi, sebagai produsen harus inovatif, proaktif, dan kreatif, melakukan orientasi dalam pembuatan produk, menjaga keramahan lingkungan, dan memprediksi serta mengantisipasi dampak negatif dari kegiatan produksi.

Dewasa ini perkembangan dunia bisnis moderen dituntut agar peran produsen dapat menunjang kemajuan bisnis yang dijalankan. Perkembangan suatu bisnis dapat dilihat dengan maju atau mundurnya suatu bisnis tersebut yang biasanya ditentukan

---

<sup>23</sup> *Ibid*,... hal. 114

oleh apa yang dilakukan produsen dalam menentukan produksi maupun distribusi hingga sampai pada tangan konsumen.

#### **4. Ciri-Ciri Perilaku Produsen dalam Islam**

Ciri-ciri perilaku produsen yang harus dimiliki oleh setiap produsen menurut Islam, yaitu:

- a. Selalu taat dan menghindari proses kegiatan produksi serta jenis yang diharamkan dalam Islam.
- b. Mendorong ukhuwah (solidaritas) antar produsen, tetap menjunjung tinggi syariat-syariat Islam ketika bersaing dalam memproduksi barang ataupun jasa.
- c. Seorang produsen tidak boleh melanggar kontrak ataupun janji demi meraup keuntungan yang lebih besar, maka seorang produsen harus selalu sesuai kontrak dan selalu menepati janji.
- d. Produsen harus memikirkan dan melakukan kegiatan produksi yang berorientasi pada prospek jangka panjang.
- e. Produsen tidak boleh merampas hak-hak yang dimiliki oleh setiap individu.
- f. Seorang produsen harus jujur dalam ketepatan takaran, karena hal tersebut akan menghasilkan kepercayaan dari para konsumen.
- g. Sebagai produsen harus sangat disiplin dalam bekerja dan berharap kontrak yang dibuat sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan di awal.

- h. Upah karyawan harus tepat waktu dan sesuai dengan pekerjaannya.
- i. Kegiatan yang dilakukan setiap produsen harus memiliki tujuan untuk mencapai kebahagiaan (*falah*).<sup>24</sup>

Seperti yang dilakukan Nabi Muhammad SAW yang melakukan bisnis sukses sesuai dengan prinsip syariah adalah.<sup>25</sup>

1. *Shiddiq* (Jujur atau benar) dalam berdagang Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam menyampaikan produknya.
2. *Amanah* (dapat dipercaya) dalam berdagang dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Konsekuen mengembalikan hak kepada pemiliknya dan tidak mengurangi hak orang lain berupa fee, jasa atau upah.
3. *Fathanah* (cerdas dan bijaksana) dalam berbisnis. Mengoptimalkan semua potensi kecerdasan akal untuk mencapai tujuan bisnis. Cerdas dan bijaksana agar usahanya lebih efektif dan efisien dan mampu menghadapi perubahan dimasa yang akan datang.
4. *Tabligh* (menyampaikan) keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak ada tipu daya kepada konsumen. Komunikatif dan supel untuk menjadi pebisnis yang supel, dan cerdas.

---

<sup>24</sup> Arif, *Teori Mikro...*, hal. 161

<sup>25</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hal. 28

## 5. Motivasi Produsen dalam Produksi

Dalam ilmu ekonomi kegiatan produksi merupakan kegiatan yang bermanfaat (*utility*) untuk sekarang dan dimasa yang akan datang. Kegiatan produksi umumnya tidak terlepas dari kegiatan sehari-hari manusia. Namun dalam ekonomi konvensional kegiatan produksi sering dimaksudkan sebagai maksimalisasi keuntungan sebagai prioritas utama, padahal banyak motif lain seseorang melakukan kegiatan produksi yang bukan hanya sekedar maksimalisasi keuntungan.<sup>26</sup>

Islam memandang bahwasanya motivasi produsen harus dilakukan sejalan dan beriringan dengan tujuan produksi dengan tujuan produsen. Jika melakukan produksi dengan tujuan dapat menyediakan kebutuhan material dan spiritual agar menciptakan masalah, harusnya motivasi produsen juga bertujuan untuk masalah, yang sejalan dengan tujuan kehidupan seorang muslim. Sehingga dalam pandangan ekonomi islam tujuan produsen adalah menciptakan masalah maximizer, dengan mencari keuntungan melalui produksi dan kegiatan bisnis yang tidak dilarang sepanjang dalam jalan yang diperbolehkan syariah dan hukum islam.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Mustafa Edwin Nasution, et. al., *Pengenalan Ekklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), hal. 102

<sup>27</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 239

Dalam melakukan produksi seorang muslim didukung untuk melakukan motivasi adalah sebagai berikut.<sup>28</sup>

- a. Melakukan realisasi proses produksi dengan anjuran Islam yaitu untuk beribadah. Dalam hal ini tujuan produksi adalah untuk kemaslahatan bersama, memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menghasilkan input sehingga menghasilkan pendapatan.
- b. Memfungsikan diri sebagai pilihan Allah (Khalifah) di bumi sebagai semangat bekerja sama dengan sesama manusia. Dalam hal ini meyakinkan diri bahwa semua yang diberikan Allah adalah titipan yang harus dijaga dan dikelola dengan baik sehingga bermanfaat bagi semua orang di bumi.
- c. Beriman kepada Allah atas segala karunia yang dilimpahkan untuk selalu bersyukur, keyakinan ini harus ditanamkan pada diri seseorang. Sesungguhnya manusia tidak mempunyai kemampuan untuk menciptakan, Allah memberikan kemampuan pada manusia agar bisa berfikir dan membantu sesama manusia mengambil manfaat dengan berproduksi.

## **B. Produksi**

### **1. Pengertian Produksi**

Teori ekonomi menegaskan seorang produsen harus mengetahui faktor-faktor *input* yang digunakan dan bagaimana *output* harus

---

<sup>28</sup> Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah Konsep Dasar, Paradigma, Pengembangan Ekonomi Syariah*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017), hal. 88-89

diproduksi serta berapa jumlah produksinya. Suatu kegiatan yang memiliki kaitan dengan menggunakan sumberdaya (input) digunakan supaya menghasilkan produk (output) yang disebut dengan produksi.<sup>29</sup>

Dalam islam sendiri mengenal motif-motif pola pikir konvensional. Perbedaannya islam lebih memperjelas nilai-nilai moral disamping adanya utilitas ekonomi, bahkan islam sebelumnya juga menjelaskan akan pentingnya melakukan produksi. Menurut ajaran Islam sendiri manusia merupakan khalifah yang ditunjuk oleh Allah SWT sebagai wakil di bumi yang bertugas memakmurkan bumi dengan senantiasa beribadah kepada Allah SWT. Sehingga dalam islam produksi bukan hanya untuk mengkonsumsi sendiri dan dijual, namun kegiatan produksi harus mewujudkan fungsi sosial didalamnya.<sup>30</sup>

Produksi adalah kegiatan yang memiliki proses berbagai faktor-faktor input menjadi barang output yang memiliki nilai daya guna dan hasil yang jauh lebih besar dibandingkan dengan semula.<sup>31</sup> Dalam pandangan Islam, kegiatan produksi tidak hanya kegiatan yang bersifat duniawi saja tetapi juga termasuk dalam sarana mendapatkan kebahagiaan hidup di akhirat kelak. Motivasi untuk para produsen dalam memaksimalkan keuntungan harus dilakukan dengan cara-cara yang sesuai dalam syariat-syariat Islam

---

<sup>29</sup> Assauri Sofyan, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Jakarta: LPFEUI, 2004), hal. 11

<sup>30</sup> Nasution, *Pengenalan Eksklusif ...*, hal. 105

<sup>31</sup> Prawirosentono Suryadi, *Manajemen Produksi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hal. 6

salah satunya yaitu mewujudkan kemaslahatan hidup seluruh umat manusia beserta lingkungannya.<sup>32</sup>

Terdapat surah yang menjelaskan tentang produksi dalam Islam yaitu Surah As-Sajdah ayat 27, sebagai berikut:

أَو لَمْ يَرَوْا أَنَّا نَسُوقُ الْمَاءَ إِلَى الْأَرْضِ الْجُرُزِ فَنُخْرِجُ بِهِ زَرْعًا تَأْكُلُ مِنْهُ أَنْعَامُهُمْ  
وَأَنْفُسُهُمْ أَفَلَا يُبْصِرُونَ

*Artinya: "Dan apakah mereka tidak memperhatikan bahwa kami menghalau (awan yang mengandung) air ke bumi yang tandus, lalu kami tumbuhkan dengan air hujan itu tanaman yang dari padanya makan hewan ternak mereka dan mereka sendiri. Maka, apakah mereka tidak memperhatikannya". (As-Sajdah:27)<sup>33</sup>*

Dalam ayat tersebut menjelaskan kepada seluruh umat bahwa harus berpikir dalam memanfaatkan berbagai sumber daya alam dan proses terjadinya hujan. Siklus produksi dari proses turunnya hujan, tumbuhnya tanaman-tanaman, menghasilkan daun beserta buah-buahannya yang subur dan segar setelah disiram dengan air hujan yang akhirnya dikonsumsi oleh manusia dan hewan. Proses produksi harus disertai dengan prinsip efisiensi dalam memanfaatkan seluruh sumber daya sesuai batas kemungkinan produksinya. Islam berusaha untuk menghilangkan sifat mementingkan diri sendiri yang dimiliki oleh manusia dengan cara memberikan kesempatan yang sangat tidak terbatas untuk melakukan kegiatan produksi.

---

<sup>32</sup> Komite Nasional Kebijakan Governance, *Pedoman Umum Good Governance Bisnis Syariah*, (Jakarta: KNKG, 2011), hal. 19

<sup>33</sup> Litbang, *Alquran dan...*, hal. 598

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa produksi adalah suatu proses untuk menciptakan kegunaan barang dan jasa dengan motif tertentu *altruism* dengan memperhatikan berbagai nilai kemaslahatan serta keadilan bagi seluruh masyarakat serta memanfaatkan berbagai faktor produksi yang ada.

## 2. Fungsi Produksi

Secara umum fungsi produksi memiliki peran baik dalam suatu perencanaan produksi yang penting untuk dilakukan. Perencanaan produksi adalah beberapa keputusan yang memiliki kaitan langsung dengan berbagai masalah pokok yaitu jenis barang apa saja yang akan diproduksi, berapa jumlah barang yang akan diproduksi, dan bagaimana cara pembuatan produk tersebut supaya menghasilkan *output* yang maksimal. Terdapat empat fungsi produksi, yaitu:

- a. Proses pengolahan yaitu metode yang digunakan untuk mengolah *input*.
- b. Jasa penunjang merupakan sebuah sarana berupa pengorganisasian yang sangat perlu untuk dijalankan sehingga, proses pengolahan dapat dilaksanakan dengan efektif dan efisien.
- c. Perencanaan adalah penetapan pengorganisasian dan keterkaitan dari kegiatan produksi serta operasi yang dilaksanakan pada waktu dan periode tertentu.
- d. Pengawasan merupakan salah satu fungsi yang dijadikan jaminan hingga terlaksannya kegiatan sesuai yang direncanakan dengan

tujuan mengolah dan menggunakan input yang baik dan benar sesuai pada prosedur yang telah ditentukan.

Seluruh kegiatan ekonomi yang memiliki tujuan untuk mencari keuntungan tanpa berakibat pada peningkatan nilai guna (*utility*) tidak dianjurkan didalam Islam. Nilai universal menurut ekonomi Islam adalah adanya perintah untuk mencari sumber apapun yang baik dan halal untuk memproduksi *output* dalam jalan kebaikan dan tidak mendzalimi pihak-pihak lain (para konsumen).<sup>34</sup> Maka dari itu fungsi produksi ialah hubungan teknis antara *input* atau *output* dari hasil produksi. Hal ini membuktikan bagaimana kondisi faktor-faktor dapat digunakan dengan baik. Selain itu dalam mengembangkan usahanya pelaku bisnis harus mampu memberikan kemajuan di masa sekarang dan masa yang akan datang. Oleh karena itu pelaku bisnis harus menerapkan langkah-langkah yang strategi yang efektif agar menghasilkan tujuan perusahaan. Langkah-langkah startegi yang digunakan adalah sebagai berikut:<sup>35</sup>

- a. Menentukan dan memberikan batasan masalah
- b. Menetapkan sasaran dan tujuan perusahaan
- c. Menyusun strategi bisnis untuk mencapai tujuan
- d. Menilai perkembangan pada pencapaian keberhasilan.

---

<sup>34</sup> Karim, *Ekonomi Mikro*,... hal. 129

<sup>35</sup> Sasmitasen et. al., *Pengembangan Home Industri di Desa Nibung Paloh (Kajian Komunikasi Terhadap Air Batu Mineral Al-Barokah)*, (Sukabumi: CV Jejak, 2020), hal. 8-9

### 3. Faktor-Faktor Produksi dalam Islam

Faktor produksi adalah benda-benda yang sudah diciptakan oleh manusia yang sudah disediakan oleh alam yang dapat digunakan untuk memproduksi barang ataupun jasa.<sup>36</sup> Faktor-faktor produksi dalam Islam ialah:

#### a. Tanah

Islam sudah mengakui bahwa tanah sebagai salah satu faktor produksi karena mencakup seluruh sumber daya alam yang digunakan dalam kegiatan produksi. Dalam penggunaan serta pemeliharaan sumber-sumber daya alam dapat menimbulkan dua komponen penghasilan yaitu pada penghasilan dari sumber daya alam itu sendiri dan penghasilan dari usaha perbaikan dalam penggunaan sumber daya alam melalui usaha dari manusia.<sup>37</sup>

Firman Allah dalam QS. Al-A'raf (7): 8

وَالْوَزْنُ يَوْمَئِذٍ الْحَقُّ فَمَنْ ثَقُلَتْ مَوَازِينُهُ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*Artinya: "Tanah yang baik, tanamannya tumbuh subur dengan seizin Allah; dan tanah yang tidak subur, tanamannya hanya tumbuh meranan. demikianlah Kami mengulangi tanda-tanda kebesaran (Kami) bagi orang-orang yang bersyukur". (Al-A'raf:8)<sup>38</sup>*

Menurut pandangan Islam, sumber daya yang bisa habis merupakan milik generasi saat ini dan generasi yang akan datang. Generasi saat ini sangat dianjurkan supaya tidak menyalahgunakan berbagai sumber daya yang dapat habis sehingga tidak akan

<sup>36</sup> Karim, *Ekonomi Mikro...*, hal. 103

<sup>37</sup> Muhammad Abdul Mannan, *Ekonomi Islam: Teori dan Praktik (Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, (Jakarta: Internmasa, 1992), hal. 57

<sup>38</sup> Litbang, *Alquran dan...*, hal. 207

menimbulkan bahaya bagi generasi kedepannya. Islam juga memberikan perbaikan terhadap alam sebagai salah satu faktor utama produksi dan memperbolehkan pemilik tanah beserta sumber-sumber dari alam yang lainnya digunakan untuk aktivitas produksi yang tentunya terdapat syarat yaitu hak milik yang merupakan tugas sosial dan khalifah dari Allah SWT atas hak kepemilikannya.<sup>39</sup>

#### b. Organisasi

Usaha munculnya berbagai ide dan barang apa saja yang akan diproduksi, kualitas, jumlah, serta pemikiran untuk manager yang kemudian ide tersebut direalisasikan dengan keperluan sesuai faktor-faktor produksi. Ciri-ciri untuk organisasi dalam Islam, antara lain yaitu:

- 1). Manusia menjadi faktor utama dalam kegiatan produksi dan strategi yang memiliki sesuatu keistimewaan dan lebih diakui dibandingkan dengan strategi manajemen lain yang didasarkan pada memaksimalkan penjualan dan keuntungan.
- 2). Ekonomi Islam hakikatnya mendasarkan terhadap ekuiti daripada pinjaman. Manajer mengelola usaha yang bersangkutan dengan pandangan untuk membagi deviden di kalangan pemegang saham.

---

<sup>39</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro...*, hal. 224

- 3). Sifat selaras dalam organisasi menjadi tuntutan integritas moral, kejujuran serta ketetapan dalam perakuan sangat diperlukan dalam organisasi sekuler dimana para pemilik modal bukan bagian dari manajemen. Islam menganjurkan ketepatan, kesungguhan dan kejujuran dalam usaha dagang, karena hal-hal tersebut akan mengurangi biaya pengawasan dan biaya supervise.
- 4). Organisasi Islam sebagai faktor produksi yang berbeda dengan mitra imbangannya alam ilmu ekonomi sekuler baik dalam tingkat operasional maupun tingkat konseptual dalam usaha menyeimbangkan berbagai tujuan yang ada pada berbagai kendala keuntungan. Akibat dari hal tersebut, pengertian dari keuntungan dapat memiliki arti yang sangat luas dalam kerangka ekonomi Islam karena setiap bunga yang ada pada modal tidak dapat dikenakan kembali

#### c. Tenaga Kerja

Tenaga kerja atau buruh termasuk dalam faktor produksi yang sudah diakui dalam setiap sistem ekonomi. Seorang pekerja yang modern memiliki daya jual yang tinggi sesuai kemampuannya. Adam Smith pernah mengemukakan pendapatnya bahwa tenaga kerja merupakan satu-satunya faktor dalam produksi, dengan adanya tenaga kerja, manusia dapat melakukan perubahan sesuai dengan apa yang ada di alam serta

kemampuan yang dimilikinya sehingga dari kemampuan produksi tersebut menjadi hasil-hasil dari pertanian.<sup>40</sup>

Islam mengajarkan bahwa tenaga kerja tidak boleh melakukan pekerjaan yang dilarang dalam syariat-syariat Islam, memberikan dorongan kepada seluruh umat manusia untuk bekerja dan melakukan produksi bahkan menjadikannya sebagai kewajiban terhadap orang-orang yang memiliki kemampuan, melebihi hal tersebut Allah akan memberikan balasan yang sesuai dan setimpal dengan apa yang dikerjakan sesuai Firman Allah dalam QS. An-Nahl (16): 97:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّاهُ حَيٰوةً طَيِّبَةً  
وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

*Artinya: "Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan".(An-Nahl:97)<sup>41</sup>*

#### d. Modal

Modal merupakan faktor produksi yang sangat penting. Modal digunakan produsen tidak akan mampu menghasilkan suatu barang ataupun jasa. Islam mengatur perolehan modal yaitu dengan cara kerjasama musyarakah ataupun mudharabah. Modal dalam Islam harus bebas dari riba. Dari hal tersebut dimaksudkan untuk

<sup>40</sup> Muhammad..., hal. 225

<sup>41</sup> Litbang, *Alquran dan...*, hal. 376

menjaga hak pemilik modal dan hak produsen supaya tercapai suatu kebaikan dalam suatu aktivitas produksi.<sup>42</sup>

Islam mengatur pengelolaan modal supaya dapat melindungi orang-orang miskin serta berlaku seadil-adilnya, dan orang yang kekurangan dengan aturan bahwa modal tidak dibenarkan menumpuk hanya disegelintir orang kaya semata. Bentuk keadilan yang diajarkan islam dalam permodalan ini dengan cara mensyariatkan zakat dan akad *musyarakah* dan *mudharabah*. Firman Allah dalam QS. Al-Baqarah (2): 279:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ  
لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

*Artinya: "Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba). Maka, ketahuilah, bahwa Allah beserta Rasul-Nya akan memerangimu, dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak pula dianiaya".(Al-Baqarah:279)<sup>43</sup>*

Melaksanakan perintah Allah dan menjauhi segala larangannya, apabila tidak melaksankannya tetap mengambil sisa riba maka akan terjadi perang yang sangat dahsyat dari Allah SWT beserta Rasul-Nya. Tetapi, jika kita bertaubat dan tidak melakukan transaksi serta tidak mengambil sisa riba maka perang tersebut tidak akan terjadi. Kita diperbolehkan untuk mengambil pokok harta dari mereka.

Dengan demikian, kita tidak menganiaya mereka dengan cara membebani bunga dan kita tidak dianiaya oleh mereka karena kita mendapatkan modal yang kita berikan. Jika mereka tidak mampu

<sup>42</sup> Fauzia Ika, *Prinsip Dasar...*, hal. 120

<sup>43</sup> Litbang, *Alquran dan...*, hal. 23

melakukan pembayaran maka kita hendaklah memberi kelonggaran sebagaimana yang dimaksud dalam surat tersebut.

#### 4. Prinsip Produksi dalam Islam

Kegiatan produksi memiliki prinsip yang kaitannya erat dengan syariat-syariat Islam dimana seluruh kegiatan produksi harus satu arah dengan tujuan dari konsumsi. Pada dasarnya seluruh prinsip kegiatan produksi memiliki keterkaitan dengan syariat-syariat Islam dimana seluruh kegiatan produksi harus sejalan dengan tujuan dari konsumsi itu sendiri. Untuk seorang muslim, konsumsi dilakukan untuk mencari sebuah kebahagiaan (*falah*), begitu pula produksi dilakukan untuk menyiapkan barang ataupun jasa yang dapat memenuhi kebahagiaan para konsumen.<sup>44</sup> Pandangan islam, menilai manusia sebagai faktor produksi yang harus dilihat dalam situasi secara umum yaitu sebagai *khalifah* Allah di muka bumi. Manusia merupakan makhluk Allah yang paling sempurna serta memiliki unsur materi dan unsur rohani yang keduanya saling melengkapi satu sama lain. Mengenai prinsip produksi menurut cara pandang al-Qur'an dan Hadist, sebagai berikut:

- a. Islam mengupayakan perkembangan kegiatan produksi. Islam sangat terbuka tentang penggunaan metode ilmiah dengan didasarkan pada percobaan, penelitian dan perhitungan, namun islam tidak membenarkan penunahan terhadap karya ilmy

---

<sup>44</sup> Karim, *Ekonomi Mikro...*, hal. 102

pengetahuan (melepas ikatan dirinya dengan Allah serta Al-Quran dan Al-Hadits).

- b. Manusia di bumi memiliki tugas sebagai *khalifah* Allah SWT untuk mensejahterakan bumi dengan ilmu serta amal yang dimiliki setiap manusia. Allah menciptakan bumi, langit serta segalaapa yang ada di antara keduanya karena sifat Rahman dan Rahim-Nya terhadap manusia, namun Tuhan tidak membenarkan penuhunan terhadap hasil karya ilmu pengetahuan dalam arti lain melepaskan dirinya dari Al-Qur'an dan Hadits. Firman Allah dalam QS. Al-Mulk: 15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ  
وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

*Artinya: "Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezki-Nya, dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan". (Al-Mulk:15)<sup>45</sup>*

Ayat ini menjelaskan bahwa manusia sebagai khalifah di bumi mengemban tugas-tugas yang telah diwakilkan oleh Allah SWT. agar memberikan jalan kepada manusia lain agar tercipta kebutuhan yang mereka butuhkan.

- c. Islam lebih menyukai kemudahan dalam bereksperimen serta berinovasi pada prinsipnya, tetapi Islam juga harus menghindari kemudaratan serta memaksimalkan manfaat-manfaatnya (*eksploitasi*).

---

<sup>45</sup> Litbang, *Alquran dan...*, hal. 830

- d. Nabi Muhammad SAW pernah bersabda “*Setiap individu lebih mengetahui urusannya di muka bumi*”. Maka, dari sabda Nabi Muhammad SAW dapat disimpulkan jika teknik produksi diserahkan terhadap kemampuan serta keinginan setiap manusia.<sup>46</sup>

### **5. Tujuan Produksi dalam Islam**

Tujuan produksi secara umum untuk menambahkan kegunaan suatu barang ataupun jasa dan memenuhi kebutuhan hidup manusia guna mencapai kelayakan dalam standart hidup. Manusia diwajibkan berusaha untuk terus meningkatkan pendapatan supaya membantu meningkatkan perekonomian Negara.

Produksi memiliki tujuan untuk memenuhi hajat bagi orang banyak yang dapat diwujudkan dalam berbagai macam bentuk diantaranya yaitu:

- a. Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya.
- b. Pemenuhan sarana bagi kegiatan-kegiatan sosial serta kegiatan ibadah kepada Allah SWT.
- c. Pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkat moderat.
- d. Menyiapkan persediaan barang ataupun jasa untuk digunakan dimasa yang akan datang.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Nurul Huda, et.al, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: KencanaPrenada Media Group, 2007), Hal. 110

<sup>47</sup> Karim, *Ekonomi Mikro...*, hal. 130

## 6. Dampak Produksi bagi Seorang Muslim

Rahmat dari Allah SWT berupa alam beserta isinya diberikan kepada manusia di bumi supaya dapat menciptakan keharmonisan dalam kehidupan. Keharmonisan menjadikan suasana yang jauh lebih mendukung dalam melakukan bisnis usaha, sehingga seorang muslim dapat melakukan kegiatan produksi bagian dari sikap syukur atas nikmat Allah SWT. Terdapat beberapa dampak yang timbul akibat seorang muslim melakukan bisnis sesuai syariat Islam antara lain:

- a. Ajaran-ajaran Islam merealisasi manusia untuk tidak mudah putus asa dalam kegiatan produksi sehingga terwujudnya kebutuhan-kebutuhan hidup dalam memproduksi didalam Islam akan memotivasi seorang muslim supaya melakukan usaha yang jauh lebih kreatif dan inovatif.
- b. Menciptakan rasa syukur atas segala apapun nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT. Sikap tersebut timbul dari kesadaran-kesadaran bahwa apapun yang mereka temukan dapat dimanfaatkan sebagai *input* produksi, karena Allah SWT tidak akan menciptakan apapun yang ada di bumi ini sesuatu yang tidak memiliki manfaat.
- c. Setiap muslim akan menjauhi kegiatan produksi yang akan merugikan orang lain ataupun para konsumennya sebagai  
Secara teori, praktik riba memprovokasi inefisiensi terbukti

tinggi biaya yang telah dikenakan untuk kegiatan produksi dibandingkan dengan sistem bagi hasil, bahkan didalam sistem riba *output* yang akan dikeluarkan jauh lebih sedikit dibanding dengan sistem bagi hasil.

- d. Zakat merupakan bagian penting yang dipakai setiap produsen dalam menumbuhkan terjadinya optimalisasi produk. Usaha produsen dalam menaikkan produksi merupakan dampak dari seorang pengusaha yang konsisten dalam melakukan pembayaran zakat, selain hal tersebut zakat juga akan meningkatkan daya beli para konsumen yang pada waktunya akan meningkatkan *output* produksi perusahaan yang dijelankannya.
- e. Keuntungan yang didapatkan oleh para produsen muslim tetap didasarkan pada prinsip kemaslahatan bersama. Keuntungan didasarkan atas usaha untuk menstimulisir pasar, dan keuntungan dikenakan dengan dasar tidak merugikan produsen ataupun para konsumennya.<sup>48</sup>

## **C. Keputusan Pembelian**

### **1. Pengertian Keputusan Pembelian**

Keputusan membeli merupakan tindakan nyata dari konsumen atas berbagai alternatif pilihan. Pengambilan keputusan sendiri akan

---

<sup>48</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Ekonisia, 2007), hal. 213

menghasilkan alternatif sebagai pilihan yang final. Keputusan biasanya berbentuk tindakan dan opini pada pilihan yang dituju. Begitu juga dengan keputusan pembelian yang merupakan tindakan konsumen atas berbagai pilihan yang ada sehingga terjadilah pembelian atas suatu produk atau jasa.<sup>49</sup>

Menurut Kotler, keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli atau tidak dari suatu produk. Sehingga juga disebut sebagai sebuah proses pemilihan atau identifikasi dari alternatif pilihan dengan tindakan yang nyata. Menurut G.R Terry keputusan pembelian adalah “*Decision making can be defined as the selection based on same of one behavior alternative from two or more passible alternative.*” Artinya : Pengambilan keputusan adalah suatu pemilihan dari alternatif dari dua atau lebih alternatif yang tersedia.<sup>50</sup>

Perilaku untuk membeli tertuju pada keputusan akhir yang biasanya dibuat konsumen untuk memenuhi kebutuhan.<sup>51</sup> Pengambilan keputusan yang rumit sangat berkaitan dengan alternatif pilihan yang tersedia.<sup>52</sup> Sehingga keputusan pembelian adalah sebuah kegiatan dalam memecahkan masalah yang dilakukan oleh individu

---

<sup>49</sup> M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek, Planning dan Strategi*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), hal. 204

<sup>50</sup> H. Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hal. 54

<sup>51</sup> Indrasari, *Pemasaran dan...*, hal. 18-19

<sup>52</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Prespektif Kontemporer pada Motiv, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2003), hal. 341

yang dianggap keputusan yang final dan terlebih dahulu melalui proses pengambilan keputusan.<sup>53</sup>

Sehingga dapat disimpulkan dari beberapa pengertian keputusan pembelian adalah proses bagaimana menetapkan keputusan yang terbaik, logis, ideal dan rasional berdasarkan pada fakta maupun informasi dari beberapa alternatif dengan mempertimbangkan berbagai resiko, keefektifan, dan keefisienan pada masa yang akan datang.

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

Keputusan membeli suatu produk biasanya di dorong oleh beberapa faktor diantaranya tentang informasi akan produk yang dijual. Informasi produk yang akan mempengaruhi keputusan konsumen yaitu :<sup>54</sup>

- a) Keputusan mengenai jenis produk,
- b) Keputusan mengenai karakteristik produk,
- c) Keputusan mengenai merek,
- d) Keputusan mengenai penjualan produk,
- e) Keputusan mengenai jumlah produk,
- f) Keputusan mengenai ketepatan pembelian,
- g) Keputusan mengenai cara pembayaran, dan
- h) Keputusan mengenai pelayanan yang diberikan.

---

<sup>53</sup> Firmansyah, *Perilaku Konsumen...*, hal. 27

<sup>54</sup> *Ibid.*, hal. 37-40

Disamping faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, keputusan pembelian biasanya merupakan perilaku yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Keputusan pembelian oleh konsumen juga sangat tergantung pada kondisi kejiwaan dan faktor eksternal. Dengan ini pemahaman akan sifat konsumen penting dilakukan supaya pemasar dimudahkan dalam menggambarkan bagaimana proses keputusan yang nantinya akan dibuat oleh konsumen.<sup>55</sup>

Tanpa disadari bahwasannya setiap konsumen banyak membuat keputusan pembelian di setiap harinya. Oleh sebab itu perusahaan harus mampu mengidentifikasi apa keinginan dan kebutuhan konsumen, pengetahuan ini bisa di peroleh melalui identifikasi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian dan apa saja permintaan pasar. Terlebih sebagai perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, adalah sebagai berikut:<sup>56</sup>

- a. Faktor psikologis yang mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan sendiri merupakan faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Setelah mengkonsumsi konsumen akan mengetahui seberapa puas dalam

---

<sup>55</sup> Totok Subianto, Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 3 No.3, Oktober 2007, hal. 180

<sup>56</sup> Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Sa'id, *Konsep dan Strategi Pemasaran*. (Makassar: CV. Sah Media, 2019), hal. 32-37

- mengonsumsi produk dan hal tersebut akan sangat mempengaruhi sikap dan persepsi konsumen untuk melakukan pembelian ulang atau tidak.
- b. Faktor sosial mencakup undang-undang atau peraturan, keluarga dan kelompok sosial dan budaya. Faktor sosial sangat dipertimbangkan dalam keputusan pembelian konsumen, seperti adanya aturan, pendapat keluarga dan lingkungan sosial. Selain itu keputusan pembelian konsumen juga melibatkan sejumlah pihak seperti: pencetus (*initiator*), pengguna produk (*users*), pembuat keputusan (*deciders*), dan pemberi pengaruh (*influencer*). Ketika seseorang akan melakukan pembelian motor sebagai pencetus adalah ibu, sebagai pengenalan produk adalah si anak, sebagai pembuat keputusan adalah ayah, dan pemberi pengaruh adalah teman-teman, tetangga dan sebagainya.<sup>57</sup>
  - c. Faktor situasional yang meliputi keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, penggunaan produk dan kondisi konsumen ketika melakukan pembelian. Dimana kondisi seseorang dalam melakukan pembelian akan bisa mempengaruhi pembuatan keputusan oleh konsumen.
  - d. Faktor budaya yang mempunyai pengaruh paling luas meliputi kultur, sub-kultur dan kelas sosial. Dimana faktor budaya akan

---

<sup>57</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 38

sangat mempengaruhi konsumen terhadap apa yang akan dikonsumsi atau dipilih guna memenuhi kebutuhan.

### **3. Jenis-jenis Perilaku dalam Keputusan Pembelian**

Berikut merupakan jenis-jenis perilaku keputusan pembelian adalah sebagai berikut:<sup>58</sup>

- a. Perilaku pembelian kompleks, hal ini dilakukan ketika konsumen merasa adanya perbedaan yang begitu signifikan atas merk. Hal tersebut terlihat pada ekspresi konsumen akan produk yang mahal, mempunyai resiko, dan jarang dibeli.
- b. Perilaku pembelian pengurangan Disonasi. Biasanya dijumpai ketika konsumen terlibat pada produk yang mahal dan jarang dikonsumsi hingga keputusan pembelian disonasi.
- c. Perilaku pembelian kebiasaan. Keadaan ini melihat bagaimana konsumen yang kurang akan pemahaman dan perbedaan pada merk.
- d. Perilaku pembelian mencari keragaman. Pada situasi ini keterlibatan konsumen sangat rendah tetapi menganggap perbedaan merk yang paling signifikan, hingga keputusan membeli produk sangat dipengaruhi banyak faktor dan proses tersebut dilakukan dengan serangkaian tahapan.

---

<sup>58</sup> Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 179-181

#### 4. Proses Pengambilan Keputusan

Seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian setidaknya melakukan beberapa tahapan yaitu :<sup>59</sup>

a. Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*)

Pembelian dilakukan konsumen ketika mengetahui akan kebutuhan yang di inginkan, saat ituah terjadi motivasi untuk mencari informasi akan sebuah produk yang di inginkan. Sehingga informasi tersebut berguna sebagai alternatif dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

b. Mencari Informasi (*Information Search*)

Pada tahap selanjutnya konsumen akan terpengaruh untuk mencari sebuah informasi mengenai produk yang di cari dengan lebih detail. Pencarian informasi tersebut dapat berupa kunjungan ataupun sekedar mencari informasi melalui media internet.

c. Penilaian terhadap beberapa alternatif pilihan

Pada tahap ini alternatif pilihan merupakan sikap yang nantinya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kemudian dari berbagai alternatif pilihan akan di evaluasi dan disederhanakan pilihan sesuai keinginan konsumen.

d. Pengambilan Keputusan pembelian (*Purchase Decision*)

Kemudian setelah ketiga tahapan tersebut dilakukan selanjutnya konsumen melakukan tindakan untuk membeli produk. Keputusan

---

<sup>59</sup> Firmansyah, *Pemasaran Produk...*, hal. 205-207

konsumen membeli dapat meliputi merk, harga, metode pembayaran dan keputusan produk dan lain-lain.

e. Perilaku pasca pembelian (*Post-Purchase Behavior*)<sup>60</sup>

Perilaku ini akan menunjukkan seberapa puas atau tidak puasnya konsumen melakukan pembelian dari produk tersebut. Tingkat kepuasan konsumen berbeda-beda, tergantung persepsi konsumen atas produk yang diharapkan mampu dan tidaknya memenuhi ekspektasi konsumen. Pada tahapan ini konsumen cenderung membandingkan produk yang di beli dengan produk lain, dan hasil dari tahap ini akan menciptakan pembelian ulang ataupun tidak.

### 3. Keputusan Pembelian dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam merupakan agama yang kompleks dimana ajarannya mengatur segala aspek kehidupan perilaku manusia terutama memenuhi kebutuhan hidupnya. Seperti masalah konsumen, islam mengatur kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia mencapai kemaslahatan hidup. Seluruh aturan dan aktivitas manusia berada dalam Al-Quran dan As-Sunnah. Dengan berpedoman pada Al-Quran dan As Sunnah manusia akan mencapai keberkahan dan keajahteraan hidupnya.<sup>61</sup>

Seorang muslim akan dihadapkan dari berbagai pilihan ketika melakukan konsumsi, namun islam sangat menekankan prinsip halal haram. Muslim sejati akan mempertimbangkan barang yang

---

<sup>60</sup> Firmansyah, *Perilaku Konsumen...*, hal. 30

<sup>61</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro...*, hal. 161

mempunyai tingkat kehalalan dan keberkahan meski barang tersebut tidak lebih disukai daripada barang lain. Hal ini mencerminkan bahwa konsumen memiliki prinsip keislaman yang tertanam dalam dirinya, hal ini yang membedakan dengan ekonomi konvensional. Sehingga Islam mempunyai lima prinsip konsumsi yang diantaranya:<sup>62</sup>

- a. Prinsip keadilan mengandung artian bahwa setiap muslim dianjurkan mencari risiko secara halal dan tidak melanggar hukum.
- b. Prinsip kebersihan menghendaki bahwa seorang muslim harus mengonsumsi barang yang baik untuk dikonsumsi, tidak najis, dan menjijikkan yang bisa merusak selera.
- c. Prinsip kesederhanaan dilakukan agar konsumsi tidak berlebihan dan disesuaikan kebutuhan.
- d. Prinsip kemurahan hati dilakukan agar memperhatikan saudara dan sesama umat muslim yang selalu berbagi rasa.
- e. Prinsip moralitas yang dimaksudkan agar seorang muslim membangun moralitas spiritual untuk senantiasa menyebut nama Allah SWT dan selalu bersyukur. Hal ini secara tidak langsung akan bagi psikologis seorang muslim seperti anti makanan haram baik dari segi zat dan cara mendapatkannya.

Agama Islam tidak melarang umatnya untuk melakukan kegiatan konsumsi selama kegiatan konsumsi dalam tujuan yang baik. Berikut

---

<sup>62</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), hal. 109

merupakan konsep perilaku konsumen dalam islam adalah sebagai berikut:

a. Masalah dalam kegiatan konsumsi islam

Syariah islam mengupayakan agar manusia bisa mencapai kesejahteraan akan kebutuhan material. Islam mengingatkan manusia untuk bisa mencapai dan memelihara kesejahteraan, yaitu dengan mengedepankan masalah. Masalah adalah konsep makna yang luas dari kata utility atau kepuasan dalam pemaham ekonomi konvensional. Masalah merupakan tujuan utama dalam semua aktivitas manusia. Konsep masalah sendiri merupakan pemetaan atas perilaku konsumen yang berdasarkan prioritas kebutuhan manusia. Berdasarkan proporsi konsep masalah yaitu.<sup>63</sup>

- 1) Pembentuk persepsi kebutuhan manusia
- 2) Pembentuk persepsi atas penolakan kemudharatan
- 3) Menanamkan jiwa individu agar aktivitas amalnya *mardatillah*
- 4) Membatasi persepsi hanya pada kebutuhan yang islami
- 5) Persepsi keputusan konsumsi berdasarkan pemenuhan kebutuhan

Kegiatan ekonomi meliputi produksi, konsumsi dan pertukaran yang menyangkut masalah harus diterapkan dengan *religious duty* atau ibadah. Tujuannya adalah agar supaya bukan tercipta kepuasan

---

<sup>63</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 93

konsumen saja melainkan kesejahteraan di akhirat. Adanya pemenuhan kebutuhan dan bukan hanya kepuasan atau keinginan merupakan tujuan dari aktivitas ekonomi islam, dan usaha pencapaian tersebut merupakan kewajiban dalam beragam (*masalah*).<sup>64</sup>

b. Kebutuhan dan keinginan

Menurut Imam Al-Ghazali kebutuhan adalah keinginan manusia agar mendapatkan sesuatu yang diinginkan manusia untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidup dan menjalankan fungsinya. Konsumsi harus menekankan pada niat dalam melakukan konsumsi dan bertujuann untuk ibadah kepada Allah. Pandangan konsumsi konvensional yang tertuju pada materialistis dari sebuah keinginan dan nafsu yang tidak memperhatikan dimensi spiritual berbanding terbalik dalam konsep konsumsi pada ekonomi islam.<sup>65</sup>

Kehendak seseorang untuk memiliki seutuhnya suatu barang atau jasa dapat terjadi karena adanya faktor kebutuhan dan keinginan. Keinginan merupakan harapan seseorang dimana jika dapat terpenuhi akan dapat meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia atau suatu barang. Islam sendiri tidak melarang manusia memenuhi keinginan dan kebutuhannya selama pemenuhan tersebut bisa meningkatkan martabat sebagai manusia. Semua hal

---

<sup>64</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal. 61

<sup>65</sup> *Ibid*,... hal. 70

dimuka bumi diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia dituntut untuk mengkonsumsi barang yang halal secara wajar dan tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan diperbolehkan dimana mampu meningkatkan *maslahah* dan tidak memunculkan *kemudharatan*.<sup>66</sup>

#### **D. Home Industri**

##### **1. Pengertian *Home Industri***

Home industri merupakan unit usaha terkecil yang ada di desa dan merupakan sumber pendukung penghasilan ekonomi masyarakat. Istilah *home* berasal dari kata bahasa Inggris yang memiliki arti rumah, tempat tinggal atau kampung halaman. Selanjutnya kata industri diartikan sebagai kerajinan, perusahaan dan atau usaha untuk memproduksi barang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa home industri merupakan perusahaan kecil untuk memproduksi suatu produk berupa barang. Disebut sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan yang dilakukan di rumah, sehingga rumah dijadikan sebagai pusat produksi.<sup>67</sup>

*Home industry* juga dapat diartikan sebagai industri rumah tangga dimana termasuk usaha kecil yang biasanya dikelola sendiri oleh pihak keluarga. *Home industri* termasuk pada kelompok usaha kecil menengah (UKM), sebagaimana yang tercantum dalam UU No. 20

---

<sup>66</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam/P3EI*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hal. 130

<sup>67</sup> Tulus Tambunan, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hal. 71

Tahun 2008 dan berkaitan dengan perizinan UMKM yang diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014. Terdapat beberapa definisi mengenai UKM berdasarkan kepentingan lembaga adalah sebagai berikut:<sup>68</sup>

- a. Badan Pusat Statistik (BPS): UKM adalah usaha industri dengan pekerja antara 5-19 orang.
- b. Bank Indonesia (BI): UKM adalah industri yang mempunyai karakteristik: (a) modal kurang dari 20 juta, (b) dalam satu putaran usaha membutuhkan dana Rp. 5 juta, (c) memiliki aset maksimum Rp. 600 juta di luar tanah dan bangunan, dan (5) omzet tahunan  $\leq$  Rp. 1 miliar.
- c. Departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (sekarang Kantor Menteri Agama) UU No. 9 Tahun 1995: UKM adalah kegiatan ekonomi oleh rakyat yang berskala kecil dan bersifat tradisional dengan kekayaan bersih Rp. 50 juta – Rp. 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dengan omzet tahunan  $\leq$  Rp. 1 miliar. Sedangkan pada UU UMKM/2008 dengan kekayaan bersih 50-500 jut dan penjualan bersih tahunan Rp. 300 juta – Rp. 2,5 miliar.
- d. Keppres No. 16/1994: UKM adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih maksimum Rp. 400 juta.

---

<sup>68</sup> Musa Hubeis, *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), hal. 20-21

- e. Departemen Keuangan: UKM adalah perusahaan yang memiliki omzet maksimum Rp. 600 juta per tahun dan atau aset maksimum Rp. 600 juta diluar tanah dan bangunan.
- f. Departemen Kesehatan: UKM adalah perusahaan yang memiliki penandaan standar mutu berupa Sertifikat Penyuluhan (SP), Merek Dalam Negeri (MD), dan Merek Luar Negeri (ML).

Sehingga dapat disimpulkan UKM atau *Home Industri* adalah suatu kegiatan ekonomi yang dapat membuka lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi secara menyeluruh kepada masyarakat hingga memberikan pengaruh terhadap peningkatan ekonomi masyarakat serta meningkatkan pendapatan keluarga melalui usaha yang disebut sebagai industri rumah tangga.

## 2. Macam-Macam *Home Industri*

Pengelompokan industri dilakukan oleh Departemen Perdagangan Perindustrian (DP), menjelaskan bahwa industri nasional di Indonesia dikelompokkan menjadi 3 kelompok yaitu:<sup>69</sup>

- a. Industri dasar (industri mesin, logam, kimia dasar), yang termasuk industri ini adalah industri mesin pertanian, elektronika, kereta api, pesawat terbang, kendaraan bermotor, besi baja, alumunium dan sebagainya.
- b. Industri kecil yang di dalamnya adalah industri pangan (makanan, minuman dan tembakau), industri sandang dan kulit

---

<sup>69</sup> Arsyad Lincon, *Ekonomi Pembangunan*, (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, 2004), hal. 236

(tekstil, pakaian jadi, dan barang dari kulit), industri kimia dan bahan bangunan (industri kertas, percetakan, penerbitan, barang-barang karet, plastik dan lain-lain).

- c. Industri hilir yang didalamnya terdapat industr yang mengolah hasil pertambangan, mengolah hasil sumberdaya pertanian. Industri hilir memiliki misi untuk bisa menciptakan pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan pekerjaan, memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan produktifitas industri.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan hasil dari penelusuran beberapa pustaka yang menghasilkan penelitian, berbentuk karya ilmiah ataupun beberapa sumber lain guna kepentingan peneliti dan sebagai pembading terhadap penelitian yang akan dilakukan. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti :

Penelitian yang dilakukan oleh Meita Masfufah dan Sitti Achiria, dengan judul Perilaku Produsen pada Model Kemitraan Go Food dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Daerah Wirobrajan, Yogyakarta). Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya model kemitraan go food di daerah Wirobrajan Yogyakarta para produsen sangat terbantu dimana mengalami kenaikan dalam penjualan. Selain itu pendistribusian produk

juga menjadi lebih cepat dan memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk membeli produk dari produsen tanpa datang ke warung. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan penelitian ini adalah pada obyek penelitian, sedangkan persamaanya sama-sama meneliti tentang perilaku produsen.<sup>70</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Kristina yang berjudul Analisis Perilaku Pelaku Bisnis Berbasis Media Sosial. Hasil penelitian menunjukkan perilaku pelaku bisnis berbasis media sosial diharapkan masih dalam koridor bisnis yang beretika dan tidak merugikan semua pihak yang terlibat, oleh sebab itu juga diperlukan aturan hukum yang jelas ketika akan melakukan transaksi. Persamaan penelitian ini adalah membahas perilaku produsen dalam hal ini pelaku bisnis. Sedangkan perbedaanya yaitu pada obyek dan jenis penelitian yang digunakan yaitu studi kasus.<sup>71</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Riani Nur Aini dengan judul Analisis Perilaku Konsumen, Produsen dan Pasar dalam Islam pada Masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam islam ketiga perilaku konsumen, produsen dan pasar harus dilandasi sesuai ajaran islam yaitu tauhid, adil, nuwuh, khalifah dan ma'ad. Yang bertujuan mencapai manfaat dan kemaslahatan masyarakat untuk mendapatkan keberkahan

---

<sup>70</sup> Meitha Masfufah dan Sitti Achiria, Perilaku Produsen pada Model Kemitraan Go Food dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Daerah Wirobrajan, Yogyakarta), *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. IX No. 1-8, Juni 2019

<sup>71</sup> Kristina, Analisis Perilaku Pelaku Bisnis Berbasis Media Sosial, *Jurnal IntekSis*, Vol. 5 No. 2

dari Allah SWT. Persamaan penelitian ini adalah membahas perilaku produsen, sedangkan perbedaannya pada obyek dan jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif.<sup>72</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Takdir dan Harfika dengan judul Teori Pelaku Produsen dalam Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Studi Perbandingan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa produsen dalam islam harus memperhatikan kebutuhan manusia, kehalalan agar tidak merusak moral konsumen agar tercipta kesejahteraan dan dunia dan kualitas yang baik sehingga menciptakan kebahagiaan diakhirat. Namun dalam perekonomian konvensional hanya terfokus pada maksimalisasi keuntungan dengan modal kecil sangat mendominasi sehingga mengabaikan tanggung jawab sosialnya. Teori produsen islam yang digunakan adalah tauhid, keadilan, kebebasan, kepercayaan dan halal, sedangkan pada teori produsen konvensional tujuan berproduksi adalah rasionalitas. Persamaan penelitian ini adalah membahas perilaku produsen, sedangkan perbedaan penelitian yaitu pada obyek dan jenis penelitian yang dilakukan adalah studi pustaka (*research library*).<sup>73</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Ratna Setya Gunawan, Nunik Kadarwati dan Sukiman dengan judul Analisis Perilaku Produsen UMKM Lanting Kuning dalam Pemenuhan Kebutuhan Hidup Layak di Kecamatan

---

<sup>72</sup> Riani Nur Aini, Analisis Perilaku Konsumen, Podusen dan Pasar dalam Islam pada Masyarakat, *Jurnal JIEFes*, Vol. 1 No. 2, Desember 2020

<sup>73</sup> Takdir dan Harfika, Teori Perilaku Produsen dalam Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Studi Perbandingan), *Jurnal Of Institution and Sharia Finance*, Vol. 2 No. 1, Juni 2019

Sumpiuh Kabupaten Banyumas. Hasil penelitian menunjukkan variabel (input) bahan baku dan modal sangat berpengaruh terhadap produksi lanting kuning dengan keuntungan Rp. 2.491.250,-, sehingga dikatakan bisnis lanting kuning sudah efisien serta sudah memiliki keuntungan sesuai ketentuan KHL Banyumas pada tahun 2016 yang sudah seimbang. Persamaan penelitian ini membahas tentang bagaimana perilaku produsen dan perbedaannya terletak pada metode penelitian dan objek penelitian.<sup>74</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Hamzah K yang berjudul Urgensi Teori Produksi dan Perilaku Produsen dalam Perspektif Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pemahaman untuk setiap orang dalam melakukan produksi agar tetap mendapatkan keuntungan namun dengan tidak merusak alam ataupun lingkungan sekitar dengan memikirkan kemaslahatan seluruh umat. Selain itu setiap produsen tidak boleh mengutamakan kepentingan atau keuntungan individu agar tidak merugikan *stakeholders* termasuk konsumen yang terlibat langsung dalam proses produksi. Persamaan penelitian ini sama-sama membahas perilaku produsen, sedangkan perbedaannya terletak pada obyek penelitian.<sup>75</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Iskandar Zulkarnain dan Hestu Nugroho W dengan judul Analisis Perilaku Produsen dalam Mengembangkan Produk Berbasis Kearifan Lokal Tangerang Selatan.

---

<sup>74</sup> Ratna Setya Gunawan, et.al., Analisis Perilaku Produsen UMKM Lanting Kuning dalam Pemenuhan Kebutuhan Hidup Layak di Kecamatan Sumpiuh Kabupaten Banyumas, *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers*, "Pengembangan Sumber Daya perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan VII", 17-18, November 2017

<sup>75</sup> Hamzah K, Urgensi Teori produksi dan Perilaku Produsen dalam Perspektif Islam, *Jurnal Muamalah*, Vol. 5, No. 1, Juni 2015

Hasil penelitian menjelaskan bahwa adanya korelasi signifikan antara perilaku produsen dengan pemasaran produk Batik Tangerang Selatan. Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan penelitian kualitatif. Persamaanya penelitian ini membahas tentang perilaku produsen. Perbedaan penelitian ini adalah metode penelitian, dimana fokus penelitian tidak merujuk pada perilaku produsen dalam islam.<sup>76</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Asna dengan judul Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Mahasiswa Se-Malang Raya. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara budaya, sosial, priadi dan psikologi dengan keputusan pembelian yang didukung dengan teori Kotler. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptive dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian ini adalah obyek penelitian, jenis pendekatan dan jenis penelitian dan pSersamaanya membahas keputusan pembelian.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Iskandar Zulkarnain dan Hestu Nugroho W, Analisis Perilaku Produsen dalam Mengembangkan Produk Berbasis Kearifan Lokal Tangerang Selatan, *Jurnal Inovasi*, P-ISSN 2356-2005 E-ISSN 2598-4950

<sup>77</sup> Asna, Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada Mahasiswa Se-Malang Raya, *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vo. 6 No. 2, Juni 2010