

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Karakteristik Bisnis Islam

1. Konsep Bisnis Dalam Islam

Bisnis merupakan suatu istilah untuk memperjelas segala aktivitas berbagai institusi dari segala yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari.¹⁰ Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Adapun sektor-sektor ekonomi bisnis tersebut meliputi sektor pertanian, sektor industri, jasa, dan perdagangan.¹¹

Lebih khusus Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna “*the buying and selling of goods and services*”. Adapun dalam pandangan Straup dan Attner, bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.¹²

¹⁰ Muhammad Manulang, *Pengantar Bisnis*....., hal. 8

¹¹ Muslich, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII,2010), hal.

¹² Yusanto Dkk., *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press,2002), hal 15

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai rangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).¹³

Pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah Swt melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rizki. Sebagaimana dikatakan dalam firman Allah QS. Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولاً فَمُشْوَافِي مَنَاكِيرَهَا مِنْ رِزْقٍ...¹⁴

Artinya :

Dialah yang menjadikan bumi ini mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rizki Nya....¹⁴

Begitu juga Allah katakan dalam QS. Al-A'raaf ayat 10:

وَلَقَدْ مَكَّنَنَاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَاكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ...

¹³ *Ibid.*, hal. 18

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al Karim dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Karya Toha Putra, 1998), hal. 563

Artinya:

Sesungguhnya kami telah menempatkan kamu sekalian di bumi dan kami adakan bagimu di muka bumi itu (sumber-sumber) penghidupan...¹⁵

Di samping anjuran untuk mencari rizki, Islam sangat menekankan (mewajibkan) aspek kehalalannya, baik dari sisi perolehan maupun pendayagunaannya (pengelolaan dan pembelanjaan).

لَا تَرُوْلُ قَدَمًا عَبْدٌ يَوْمَ الْقِيَامَةِ حَتَّىٰ يُسْأَلَ عَنْ أَرْبَعٍ عَنْ عُمْرِهِ فِيمَا أَفْنَاهُ وَعَنْ جَسَدِهِ فِيمَا أَبْلَاهُ وَعَنْ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ أَخْدَهُ وَفِيمَا أَنْفَقَهُ وَعَنْ عِلْمِهِ مَا ذَأْعَمَ بِهِ

Artinya :

Kedua telapak kaki seorang anak Adam di hari kiamat masih belum beranjak sebelum ditanya kepadanya mengenai empat perkara; tentang umurnya, apa yang dilakukannya; tentang masa mudanya, apa yang dilakukannya; tentang hartanya, dari mana dia peroleh dan untuk apa dia belanjakan; dan tentang ilmunya, apa yang dia kerjakan dengan ilmunya itu (H.R. Ahmad).¹⁶

Di samping hadits di atas, Allah menyatakan dengan tegas menganjurkan mengenai kehalalan rizki dan bagaimana membelanjakannya sebagaimana dalam QS. Al-An'aam ayat 141:

وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ...

Artinya :

¹⁵ *Ibid.*, hal. 151

¹⁶ Syaikh Imam Nawawi, *Terjemah Hadits Arba'in Nawawi*, (Sidoarjo: Pustaka Al-Hidayah, 2017), hal. 36

Dan janganlah kalian berbuat israf (menafkahkan harta di jalan kemaksiatan), sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat israf.¹⁷

2. Prinsip-prinsip dan Karakteristik Bisnis dalam Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia, hal ini berarti bahwa prinsip-prinsip etika bisnis terkait erat dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat.¹⁸ Prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku di China akan sangat dipengaruhi oleh sistem nilai masyarakat China, sistem nilai masyarakat Eropa akan mempengaruhi prinsip-prinsip bisnis yang berlaku di Eropa.

Dalam hal ini ternyata sistem nilai yang berasal dari agama memberikan pengaruh yang dominan terhadap prinsip-prinsip etika dalam berbisnis pemeluknya. Hal ini telah dibuktikan oleh Max Weber dengan *Protestant Etnics* nya yang membawa kemajuan pesat dalam pembangunan di Eropa. Sebagaimana yang dijelaskan bahwa tesis Max Weber tentang Etika Protestan mengatakan kemajuan ekonomi Eropa Barat adalah berkat ajaran *asketisme* (zuhud) dalam ajaran Calvin. Kaum Calvinis menerima panggilan Ilahi untuk bekerja keras dan tetap berhemat terhadap harta yang berhasil dikumpulkan, karena hidup mewah bukanlah tujuan. Dengan hidup hemat maka terjadilah

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al Karim.....*, hal. 146

¹⁸ Sonny Keran, *Etika Bisnis, Tuntutan, dan RelevansinyaI*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), hal. 73

akumulasi modal menuju kapitalisme. Lebih jauh Nurcholis Majid mengkritik Weber yang sangat mengagung-agungkan paham Protestan ini. Weber juga telah mempelajari berbagai agama lain, namun Islam hanya dipelajari sedikit dengan tujuan untuk membenarkan tesisnya bahwa agama Protestan ini lebih unggul. Dalam kenyataan muncul bantahan terhadap teorinya berdasarkan fakta di lapangan yaitu beberapa negara lain yang bukan Protestan, seperti Katholik di Perancis dan Italia juga mengalami kemajuan, begitu juga Jepang dan Korea yang menganut Shinto-Buddhis mengalami kemajuan pesat yang kemudian disusul oleh kemajuan negara lain yang menganut Konfusianisme.¹⁹

Islam sebagai agama yang besar dan diyakini paling sempurna telah mengajarkan konsep-konsep unggul lebih dulu dari Protestan, akan tetapi para pengikutnya kurang memperhatikan dan tidak melaksanakan ajaran-ajaran Islam sebagaimana mestinya. Umat Islam seharusnya dapat menggali *inner dynamics* sistem etika yang berakar dalam pola keyakinan yang dominan. Karena ternyata banyak prinsip modern yang dipraktekkan perusahaan-perusahaan besar dunia sebenarnya telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Perusahaan-perusahaan besar dunia telah menyadari perlunya prinsip-prinsip bisnis

¹⁹ Norvadewi, *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip, dan Landasan Normatif)*, Al-Tijary, Vol. 01, No. 01, 2015, hal. 37

yang lebih manusiawi seperti yang diajarkan oleh ajaran Islam, yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, yaitu:²⁰

a. *Customer Oriented*

Dalam bisnis, Rasulullah selalu menerapkan prinsip *customer oriented*, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan. Untuk melakukan prinsip tersebut Rasulullah menerapkan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam melaksanakan kontrak bisnis. Jika terjadi perbedaan pandangan maka diselesaikan dengan damai dan adil tanpa ada unsur-unsur penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak.

Dampak dari prinsip yang diterapkan, para pelanggan Rasulullah SAW tidak pernah merasa dirugikan. Tidak ada keluhan tentang janji-janji yang diucapkan, karena barang-barang yang disepakati dalam kontrak tidak ada yang dimanipulasi atau dikurangi. Untuk memuaskan pelanggan ada beberapa hal yang selalu Nabi perintahkan. Beberapa hal tersebut antara lain, adil dalam menimbang, menunjukkan cacat barang yang diperjual belikan, menjauhi sumpah dalam jual beli dan tidak mempraktekkan apa yang disebut dengan *bai' Najasy* yaitu memuji dan mengemukakan keunggulan barang padahal mutunya tidak sebaik yang dipromosikan, hal ini juga berarti membohongi pembeli.

²⁰ *Ibid.*, hal. 37-40

Selain itu prinsip *Customer oriented* juga memberikan kebolehan kepada konsumen atas hak *Khiyar* (meneruskan atau membatalkan transaksi) jika ada indikasi penipuan atau merasa dirugikan. Konsep *Khiyar* ini dapat menjadi faktor untuk menguatkan posisi konsumen di mata produsen, sehingga produsen atau perusahaan manapun tidak dapat berbuat semena-mena terhadap pelanggannya.

b. Transparansi

Prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam bisnis merupakan kunci keberhasilan. Apapun bentuknya, kejujuran tetap menjadi prinsip utama sampai saat ini. Transparansi terhadap konsumen adalah ketika seseorang produsen terbuka mengenai mutu, kuantitas, komposisi, unsur-unsur kimia dan lain-lain agar tidak membahayakan dan merugikan konsumen.

Prinsip kejujuran dan keterbukaan ini juga berlaku terhadap mitra kerja. Seseorang yang diberi amanat untuk mengerjakan sesuatu harus membeberkan hasil kerjanya dan tidak menyembunyikannya. Transparansi baik dalam laporan keuangan, maupun laporan lain yang relevan.

c. Persaingan yang Sehat

Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba

dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya.

Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan jujur dengan kondisi barang dagangan serta melarang kolusi dalam persaingan bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus dijauhi. Sebagaimana disebutkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُ أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُنْدُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوهُ فِرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya :

Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusana) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.²¹

d. Fairness

Terwujudnya keadilan adalah misi diutusnya para Rasul. Setiap bentuk ketidakadilan harus lenyap dari muka bumi. Oleh karena itu, Nabi Muhammad SAW selalu tegas dalam menegakkan keadilan termasuk keadilan dalam berbisnis. Saling menjaga agar hak orang lain tidak terganggu selalu ditekankan dalam menjaga

²¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al Karim.....*, hal. 29

hubungan antara yangs atau dengan yang lain sebagai bentuk dari keadilan.

Keadilan kepada konsumen dengan tidak melakukan penipuan dan menyebabkan kerugian bagi konsumen. Wujud dari keadilan bagi karyawan adalah memberikan upah yang adil bagi karyawan, tidak mengeksploitasi dan menjaga hak-haknya. Dalam pemberian upah, Nabi Muhammad SAW telah mengajarkannya dengan cara yang sangat baik yaitu memberikan upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya (HR. Ibnu Majah dari Umar).

Selain itu bentuk keadilan dalam berbisnis adalah memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar. Hal ini dicontohkan Rasulullah SAW dalam hadits Beliau:

مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُظْلَلَ فِي ظِلِّهِ - فَلْيُنْظِرْ مُعْسِرًا أَوْ لِيَضْعُ لَهُ

Artinya:

Barangsiapa yang ingin dinaungi Allah dengan naungan-Nya (pada hari kiamat), maka hendaklah ia menangguhkan waktu pelunasan hutang bagi orang yang sedang kesulitan, atau hendaklah ia menggugurkan hutangnya. (HR. Ibnu Majah).²²

Selain itu bentuk keadilan dalam bisnis adalah bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba karena riba mengakibatkan eksplorasi dari orang kaya kepada yang miskin. Oleh karena itu Allah dan RasulNya mengumumkan perang

²² Syaikh Imam Nawawi, *Terjemah Hadits Arba'in.....*, hal. 39

terhadap riba. Larangan riba ini disebutkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 278:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قُوْلَهُ وَدَرُوا مَا بِهِ إِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ

Artinya:

*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.*²³

Karakter bisnis Islam adalah akhlak seseorang yang melekat pada jiwa seorang wirausahawan dan membedakannya dengan wirausaha lainnya. Rasulullah SAW dalam menjalankan kegiatan usahanya dilandasi dengan kepribadian yang amanah, pengetahuan luas dan keterampilan yang mumpuni serta karakter-karakter yang dimilikinya adalah jujur, kreatif, berani, percaya diri, tabligh dan istiqamah. Selain itu, integritas seorang pebisnis syariah ditunjukkan pada sifat-sifat diantaranya yaitu takwa, tawakal, jujur, dzikir, bersyukur, amanah, niat suci dan beribadah dalam melaksanakan usaha, menunaikan zakat, infaq dan shadaqah, tekun beribadah, suka bersilaturahim, menyantuni fakir dan miskin, toleransi dan mengakui kesalahan serta bertaubat. Berikut karakteristik bisnis Islam :²⁴

a. Jujur (*Shiddiq*)

Shiddiq (benar dan jujur) merupakan perilaku yang didasarkan pada upaya menjadi seorang wirausaha yang dapat

²³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al Karim.....*, hal. 47

²⁴ Usniah, S dan A. Alhifni, *Karakteristik.....*, hal. 374-376

dipercaya. Hal tersebut dapat diwujudkan dalam perkataan, tindakan dan pekerjaan serta tidak ada pertentangan yang disengaja atau ucapan dengan perbuatan. Sebagaimana Rasulullah SAW telah memberikan petunjuk mengenai etika dalam berbisnis yaitu salah satunya adalah kejujuran. Kejujuran merupakan ajaran Islam yang sangat mulia khususnya dalam kegiatan muamalah sehingga peran kejujuran dalam melakukan jual beli sangat penting. Dalam dunia usaha, kejujuran ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan baik dalam ketepatan waktu, janji, pelayanan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi) serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu. Bisnis harus didasari atas kerelaan dan keterbukaan atau transparansi antara kedua belah pihak dan tanpa ada pihak yang dirugikan.

b. Bisnis secara adil atau keadilan

Adil adalah prinsip dasar dalam setiap mu'amalah. Adil menurut Islam berasal dari kata ‘adl yang secara harfiah merupakan suatu gabungan nilai-nilai moral dan sosial yang menunjukkan kejujuran, kesederhanaan dan keterbukaan. Islam mengorientasikan manusia agar memiliki sikap yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia baik dengan diri sendiri, dengan orang lain maupun dengan lingkungan dan setiap konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan pelayanan yang benar.

c. Komunikatif atau cakap

Komunikatif atau cakap merupakan sikap atau cara seseorang wirausaha menyampaikan suatu pesan baik kepada karyawan maupun kepada konsumen dengan baik sehingga menghasilkan umpan balik (*feedback*). Setiap wirausaha sebagai pemimpin harus mampu menggerakan, mempengaruhi, memotivasi, mengajak, mengarahkan, menasihati, menyuruh, membimbing, memerintah, melarang bahkan menghukum agar karyawan atau pekerja mau bekerja demi tujuan yang ingin dicapai dalam usahanya dan mendapatkan ridha Allah SWT. Seorang pelaku usaha syariah juga harus mampu berkomunikasi kepada konsumen. Salah satunya yaitu bersikap ramah kepada konsumen agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

d. Senang membantu pelanggan

Seorang wirausaha syariah harus bersikap khidmah melayani dengan baik. Kegiatan melayani dan membantu pelanggan dalam Islam berorientasi pada sikap ta’awun (tolong-menolong) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Pada dasarnya, berbisnis bukan hanya mencari keuntungan material semata, tetapi juga didasari kesadaran untuk memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang. Selain itu, Rasulullah juga memperlakukan pelanggan dengan baik seperti halnya beliau

memperlakukan dirinya sendiri. Beliau melayani dengan sepenuh hati dan juga sangat mengutamakan kepuasan pelanggan.

e. Menjaga hak-hak konsumen

Sikap yang ditunjukkan Nabi Muhammad SAW dalam membangun kepercayaan konsumen adalah dengan memberikan hak-hak mereka. Hak-hak konsumen diantaranya adalah pertama, hak untuk mendapatkan informasi dan pelayanan yang benar, jujur, adil, mendidik dan terhindar dari pemalsuan. Kedua, tersedianya hak pilih dan nilai tukar yang wajar dan terakhir adalah hak untuk mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat. Hak konsumen untuk memilih produk merupakan hak khiyar.

f. Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqah

Zakat, Infaq dan Shadaqah memiliki persamaan dalam peranannya yaitu dapat memberikan kontribusi dalam pengentasan kemiskinan yang signifikan. Adapun perbedaannya yaitu zakat hukumnya wajib dikeluarkan oleh setiap umat muslim jika harta yang dimilikinya sudah mencapai syarat-syarat harta yang wajib dizakati kepada orang-orang yang berhak menerima zakat (8 asnaf). Sedangkan, infaq dan shadaqah hukumnya sunnah dan dapat berupa materiil ataupun non materiil dan diberikan kepada siapapun tanpa ada yang berhak menerima. Menurut pandangan Islam, harta yang digunakan untuk membayar zakat, infaq dan shadaqah tidak akan hilang dan melalui zakat akan membersihkan

diri dan mensucikan serta dapat menjadi tabungan kita yang akan dilipatgandakan oleh Allah SWT di dunia dan di akhirat kelak.

3. Orientasi Bisnis dalam Islam

Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama : (a) target hasil; profit-materi dan benefit-nonmateri, (b) pertumbuhan, (c) keberlangsungan, (4) keberkahan.²⁵

Target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri. Tujuan bisnis harus tidak hanya untuk mencapai profit (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kedulian sosial dan sebagainya.

Benefit, yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada *qimah madiyah*. Masih ada tiga orientasi lainnya, yakni *qimah insaniyah*, *qimah khulukiyah*, dan *qimah ruhiyah*. Dengan *qimah insaniyah*, berarti pengelola berusaha memberikan manfaat yang bersifat memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya.

Qimah khuluqiyah, mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap

²⁵ Yusanto Dkk., *Mengagwas Bisnis.....*, hal 18

aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional. Sementara itu *qimah ruhiyah* berarti aktivitas dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.²⁶

Pertumbuhan, jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan secara cara.

Keberlangsungan, semua tujuan yang telah tercapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha muslim telah mendapat ridha dari Allah SWT, dan bernilai ibadah. Hal ini sesuai dengan misi diciptakannya manusia adalah bentuk beribadah kepada Allah baik dengan *mahdah* maupun *ghairu mahdah*.²⁷

B. Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Mungkin sudah banyak dari beberapa orang yang mengerti akan harga, tetapi kadangkala masih kita temukan beberapa yang belum mengerti makna dari harga. Walaupun sebenarnya cukup mudah

²⁶ *Ibid.*, hal 19

²⁷ *Ibid.*, hal. 20

diartikan dengan istilah umum. Beberapa konsep yang berkaitan dalam teori ekonomi yaitu: harga (*price*) dan nilai (*utility*). Menurut beberapa ahli ekonomi nilai adalah ukuran kuantitatif bobot sebuah produk yang dapat ditentukan dengan produk lain. Sedangkan manfaat atribut sebuah barang yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan keinginan.²⁸ Selain itu harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu kepada konsumen.²⁹

Harga yang merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa. Menurut Philip Kotler bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Di dalam perusahaan kecil, harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak.³⁰

²⁸ Marius Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo,2012) hal. 268

²⁹ Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis*, (Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2013), hal. 179

³⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Indonesia*, (Jakarta: PT. Prenhlindo, 2012), hal. 479

Berdasarkan hasil uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah jumlah uang yang diiterima oleh penjual dari hasil penjualan suatu produk barang atau jasa. Yaitu penjualan yang terjadi pada perusahaan atau tempat usaha atau bisnis, harga tersebut tidak selalu merupakan harga yang diinginkan oleh penjual produk barang atau jasa tersebut, tetapi merupakan harga yang benar-benar terjadi sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Sehingga menurut perusahaan penetapan harga jual merupakan hal yang sangat penting, karena penetapan harga jual adalah suatu keputusan atau strategi perusahaan dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Adapun definisi menurut para ahli mengenai harga jual antara lain, yaitu: Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up.³¹

³¹ Mulyadi, *Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat dan Rekayasa*, Edisi 3, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal. 273

Dari definisi di atas disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang dijual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2. Jenis-jenis Harga Jual

Banyak istilah dalam penyebutan harga produk yang ditawarkan produsen kepada konsumen. Seringkali kita temukan harga dengan satuan desimal tertentu atau memakai selisih yang relatif sangat kecil, dan masih banyak cara menetapkan harga sebuah produk. Berikut ini jenis-jenis harga yang dikenal pada suatu produk, yaitu:³²

a. Harga daftar (*list price*)

Harga daftar adalah harga yang diberitahukan atau dipublikasikan, dari harga ini biasanya pembeli dapat memperoleh potongan harga.

b. Harga netto (*neto price*)

Harga netto adalah harga yang harus dibayar, biasanya merupakan harga daftar dikurangi potongan dan kemurahan.

³² Suhardi Sigit, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: UST, 2013), hal. 185

c. Harga zona (*zone price*)

Harga titik dasar adalah harga yang sama untuk daerah *zone* atau daerah geografis tertentu.

d. Harga titik dasar (*basing point price*)

Harga titik dasar adalah harga yang didasarkan atas titik lokasi atau titik basis tertentu. Jika digunakan hanya satu titik basis disebut *single basing point system*, dan disebut *multiple basing point system* apabila digunakan lebih dari satu titik baris.

e. Harga stempel pos (*postage stamp delivered price*)

Harga stempel pos adalah harga yang sama untuk semua daerah pasarnya, disebut juga harga *uniform*.

f. Harga pabrik (*factory price*)

Dalam hal ini pembeli membayar di pabrik atau tempat pembuatan, sedangkan angkutan ditanggung oleh pembeli. Dapat juga pihak penjual yang menyerahkan sampai atas alat angkutan yang disediakan pembeli.

g. Harga F.A.S. (*free alongside price*)

Harga F.A.S adalah untuk barang yang dikirim lewat laut. Biaya angkutan ditanggung oleh penjual sampai kapal merapat di pelabuhan tujuan. Pembongkarang ditanggung oleh pembeli.

h. Harga C.I.F. (*cost, insurance and freight*)

Harga C.I.F adalah harga yang diekspor sudah termasuk biaya asuransi, biaya pengiriman barang dan lain-lain sampai diserahkannya barang itu kepada pembeli di pelabuhan yang dituju.

i. Harga gasal (*old price*)

Harga gasal adalah harga yang angkanya tidak bulat atau mendekati bulat, misalnya Rp. 9.999,- atau Rp. 1.999.900,- cara ini bermaksud mempengaruhi pandangan pembeli supaya kelihatan murah, meskipun hanya sedikit perbedaannya, tapi dapat merangsang pembelian konsumen.

3. Tujuan Penetapan Harga Jual

Dalam menetapkan harga jual pada sebuah produk perusahaan mengikuti prosedur enam langkah berikut, yaitu:³³

- a. Perusahaan dengan hati-hati menyusun tujuan-tujuan pemasarannya, misalnya memertahankan hidup, meningkatkan laba saat itu, ingin memenangkan bagian pasar atau kualitas produk.
- b. Perusahaan menentukan kurva permintaan yan memperlihatkan kemungkinan jumlah produk yang akan terjual per periode, pada tingkat-tingkat harga alternatif. Permintaan yang semakin tidak elastis, semakin tinggi pula harga yang dapat ditetapkan oleh perusahaan.
- c. Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya akan bervariasi pada tingkat produksi yang berbeda-beda.

³³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran.....*, hal. 481

- d. Perusahaan mengamati harga-harga para pesaing sebagai dasar untuk menetapkan harga mereka sendiri.
- e. Perusahaan memilih salah satu dari metode penetapan harga terdiri dari penetapan harga biaya plus, analisis pulang pokok dan penetapan laba sasaran, penetapan harga nilai yang diperoleh, penetapan harga yang sesuai dengan laju perkembangan dan penetapan harga dalam sampul tertutup.
- f. Perusahaan memilih harga final, menyatakannya dalam cara psikologis yang efektif dan mengeceknya untuk meyakinkan bahwa harga tersebut sesuai dengan kebijakan penetapan harga perusahaan serta sesuai pula dengan para penyalur grosir, wiraniaga perusahaan, pesaing, pemasok dan pemerintah.

Sedangkan menurut Rambat dan Hamdani tujuan penetapan harga antara lain:³⁴

a. Bertahan

Bertahan merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan.

b. Memaksimalkan laba

³⁴ Rambat dan Hamdani, *Ekonomi Manajerial Edisi ke I*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hal. 181

Penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.

c. Memaksimalkan penjualan

Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.

d. Prestise

Tujuan penentuan harga disini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan tersebut senagai produk yang ekslusif.

e. Pengembangan atas investasi (ROI)

Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian atas investasi (*return on investment*) yang diinginkan. Disamping untuk mengetahui lingkungan pasar dimana harga-harga itu ditetapkan, manajer pemasaran harus merumuskan dengan jelas tujuan-tujuan perusahaan.

C. Produksi

1. Pengertian Produksi

Istilah produksi dipergunakan dalam organisasi yang menghasilkan keluaran atau output berupa barang maupun jasa.

Secara umum produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*).

Dalam pengertian umum sekarang berkembang istilah industri, seperti manufaktur, industri pengolahan hasil-hasil pertambangan, industri

jasa perdagangan, dan industri angkutan. Dalam arti sempit, pengertian produksi hanya dimaksudkan sebagai kegiatan yang menghasilkan barang, baik barang jadi atau setengah jadi, barang industri maupun komponen-komponen penunjang. Dengan pengertian ini, produksi yang dimaksudkan sebagai kegiatan pengolahan dalam pabrik. Hasil-hasil produksinya dapat berupa barang konsumsi maupun barang industri. Pengertian produksi dalam ekonomi mengacu pada kegiatan yang berhubungan dengan usaha penciptaan dan penambahan kegunaan atau utilitas suatu barang dan jasa. Penambahan atau penciptaan kegunaan atau utilitas karena bentuk dan tempat ini membutuhkan faktor-faktor produksi.³⁵

Menurut ahli ekonom, produksi didefinisikan sebagai menciptakan kekayaan melalui eksloitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan. Imam Al-Ghazali seperti dikutip oleh Adiwarman, menggunakan kata kasab dan islah dalam hal produksi, yang berarti usaha fisik yang dikerahkan manusia dan yang kedua adalah upaya manusia untuk mengelola dan mengubah sumber-sumber daya yang tersedia agar mempunyai manfaat yang lebih tinggi. Abdul Rahman mengutip dari Imam Al-Ghazali juga menyebutkan bahwa produksi adalah pengerahan secara maksimal sumber daya alam (*raw material*)

³⁵ Fuad, Dkk., *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka,2000), hal. 142

oleh sumber daya manusia, agar menjadi barang yang bermanfaat bagi manusia.³⁶

2. Proses Produksi

Proses produksi dapat ditinjau dari 2 segi, yaitu:³⁷

a. Kelangsungan Hidup

1) Produksi terus-menerus (*Continuous Production*)

Produksi terus-menerus dilakukan sebagai proses untuk mengubah bentuk barang-barang. Dalam proses produksi ini walaupun terjadi perubahan model, susunan dan fungsi alat-alat mesin yang dipakai tidaklah berubah. Misalnya pengrajin kayu mengubah balok menjadi papan, karet menjadi ban atau pun dalam proses perakitan mobil, walaupun terjadi perubahan bentuk tetapi mengubah susunan dan fungsi alat-alat mesin.

Proses produksi ini menghasilkan produk yang standar.

2) Produksi yang terputus-putus (*Intermittent Production*)

Proses produksi tidak terus-menerus atau operasi seringkali terhenti guna mengubah alat-alat, pengaturan kembali alat-alat, dan penyesuaian yang terus-menerus diadakan sesuai dengan tuntutan produk yang akan dihasilkan.

Proses produksi ini dilakukan berdasarkan pesanan yang sesuai dengan keperluan pemesanan.

b. Teknik

³⁶ Abdul Rahman, *Ekonomi Al-Ghazali: Menelusuri Konsep Ekonomi Islam Dalam Ihya' Ulamuddin*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu,2010), hal. 102

³⁷ Fuad, Dkk., *Pengantar Bisnis*....., hal. 142-143

1) Proses Ekstraktif

Yaitu suatu proses pengambilan langsung dari alam, seperti kayu, perikanan, dan pertambangan.

2) Proses Analitis

Yaitu proses memisahkan bahan-bahan, seperti minyak mentah menjadi minyak bersih.

3) Proses Pengubahan

Yaitu proses perubahan bentuk, seperti alat-alat rumah tangga.

4) Proses Sintesis

Yaitu proses mencampur dengan unsur-unsur lain, seperti bahan-bahan kimia.

3. Teori Produksi Dalam Perspektif Islam

Berkenaan dengan teori produksi, tujuan perilaku produsen dalam pandangan ekonomi konvensional adalah memaksimalkan keuntungan serta bagaimana mengoptimalkan efisiensi produksinya.

Berbeda dalam pandangan ekonomi Islam motivasi produsen selain mencari keuntungan serta efisiensi terhadap faktor produksinya, konsep meraih *maslahah* juga harus terwujud agar tercapai *falah* (kedamaian dan kesejahteraan dunia dan akhirat).

Firman Allah SWT dalam (QS. Lukman ayat 20):

أَلَمْ تَرُواْ أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُم مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَأَسْبَغَ عَلَيْكُمْ نِعْمَةً
ظَاهِرَةً وَبَاطِنَةً وَمَنْ يُجْدِلُ فِي اللَّهِ يُعَذِّرْ عِلْمٌ وَلَا هُدَىٰ وَلَا كِتَابٌ مُّبِينٌ

Artinya:

Tidakkah kamu perhatikan sesungguhnya Allah telah menundukkan (kepentingan)mu apa yang di langit dan apa yang di bumi dan menyempurnakan untukmu nikmat-Nya lahir dan batin. Dan diantara manusia ada yang membantah tentang (keesaan) Allah tanpa ilmu pengetahuan atau petunjuk dan tanpa kitab yang memberi penerangan.³⁸

Dengan demikian teori produksi dalam pandangan ekonomi Islam adalah mencari keuntungan melalui produksi dan kegiatan bisnis lain tidak dilarang selama berada dalam koridor dan tujuan hukum Islam.

Sedangkan dalam produksi kita juga harus menggunakan strategi yang sesuai dengan hukum dan syariat Islam, strategi sendiri strategi untuk mengubah masukan menjadi keluaran yang bernilai. Strategi produksi sangat terkait dengan produksi, operasional peralatan, dan fasilitas, serta sumber dayanya. Dalam pemahaman strategis syariah selalu berlandaskan dalam ketentuan syariah. Berikut beberapa ketentuan produksi yang sesuai syariah dan dicontohkan oleh Rasulullah SAW:³⁹

- a. Menjalankan usaha dengan sikap atau cara yang baik (*Do the things right*)

Bisnis hendaknya menghindari pacaran yang tidak sehat, sikap tamak dan ingin menguasai (banyak pria), saling mematikan garangan, bahkan dengan menghalalkan segala cara agar dirinya salah

³⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al.....*, hal. 413

³⁹ Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategi Syariah*, (Jakarta: Zikrul hakim, 2015), hal.

yang muncul sebagai pemenang. Karena rezeki manusia memang sudah ditentukan Allah SWT.

b. Menjalankan usaha yang baik dan benar (*Do the right things*)

Hendaknya menjalankan jenis bisnis dan usaha yang baik produknya, halal, dan bermanfaat buat kemaslahatan orang banyak. Produk tersebut dijalankan dengan prinsip dan tata kelola yang baik, transparan, jujur, dan benar. Rasulullah SAW menekankan pentingnya menjalankan usaha yang baik dan perdagangan yang jujur.

c. Lebih mengutamakan produkvtitas

Strategi produksi dalam Islam mengutamakan proses perubahan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*) yang lebih bernilai atau lebih bermaslahat. Bahkan disebutkan pula Rasulullah SAW memberi contoh sistem bagi hasil mudharabah yang menguntungkan kedua belah pihak dengan pembagian *fifty-fifty* atau *win-win solution* sebagai wujud penghargaan terhadap pihak yang menjalankan operasional bisnis.

4. Faktor-Faktor Produksi Dalam Islam

Dalam aktivitas produksi, produsen mengubah berbagai faktor produksi menjadi barang atau jasa. Berdasarkan hubungan dengan produksi, faktor produksi dibedakan menjadi faktor produksi tetap (*fired input*) dan variabel tetap (*variabel input*). Faktor produksi tetap adalah faktor produksi yang jumlah penggunaannya tidak tergantung

pada jumlah produksi. Ada atau tidaknya kegiatan produksi, faktor produksi itu haruslah tetap bersedia. Sementara jumlah penggunaan faktor produksi variabel tergantung pada tingkat produksinya. Makin besar tingkat produksi, makin banyak faktor produksi variabel yang digunakan. Pengertian faktor produksi tetap dan variabel, terkait erat dengan waktu yang dibutuhkan untuk menambah atau mengurangi faktor produk tersebut.⁴⁰

Imam Al-Ghazali menyebutkan ada beberapa faktor produksi antara lain, yaitu:⁴¹

a. Tanah

Tanah telah menjadi suatu faktor produksi yang terpenting sejak dahulu kala. Penekanan pada penggunaan tanah-tanah mati (*ihya’al-mawat*) menunjukkan perhatian Rasulullah SAW dalam penggunaan sumber daya bagi kemakmuran rakyat. Islam mempunyai komitmen untuk melaksanakan keadilan dalam hal pertahanan. Islam mengakui adanya kepemilikan atas sumber daya alam yang ada, dengan selalu mengupayakan penggunaan dan pemeliharaan yang baik atas sumber daya tersebut.

b. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan *human capital* bagi suatu perusahaan. Di berbagai macam jenis produksi, tenaga kerja merupakan aset bagi keberhasilan suatu perusahaan. Kesuksesan

⁴⁰ *Ibid.*, hal. 119

⁴¹ *Ibid.*, hal. 119

suatu produksi terletak pada kinerja sumber daya yang ada di dalamnya, termasuk diantaranya kinerja para tenaga kerja. Tenaga kerja yang memiliki *skill* dan *integritas* yang baik merupakan modal utama bagi suatu perusahaan, dilain modal-modal yang lainnya. Karena secara umum banyak para ahli ekonomi yang menyatakan bahwa tenaga kerja adalah satu-satunya produsen, dan pangkal produktivitas dari semua faktor produksi yang lainnya. Tanah, modal, mesin, manajerial yang tidak akan bisa menghasilkan suatu barang atau jasa tanpa adanya tenaga kerja.

c. Modal

Modal merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu produksi. Tanpa adanya modal, produsen tidak akan bisa menghasilkan suatu barang atau jasa. Modal adalah jumlah kekayaan yang bisa saja berupa *asset* atau *intangible asset*, yang bisa digunakan untuk menghasilkan suatu kekayaan. Dalam Islam, modal suatu usaha haruslah bebas dari *riba*. Dalam beberapa cara perolehan modal, Islam mengatur suatu sistem yang lebih baik, dengan cara kerjasama *mudharabah* atau *musyarakah*. Hal ini untuk menjaga hak produsen dan juga hak pemilik modal, agar tercapai suatu kebaikan dalam suatu aktivitas produksi, yang akhirnya akan berimplikasi pada adanya suatu *maslahah* dalam suatu kerjasama yang dilakukan oleh masing-masing pihak.

d. Manajemen Produksi

Beberapa faktor produksi di atas tidak akan menghasilkan suatu profit yang baik ketika tidak ada manajemen yang baik. Karena tanah, tenaga kerja, modal, dan lain sebagianya tidak akan bisa berdiri dengan sendirinya. Semuanya memerlukan suatu pengaturan yang baik, berupa suatu organisasi, ataupun suatu manajemen yang bisa menertibkan, mengatur, merencanakan, dan mengevaluasi segala kinerja yang akan dan telah dihasilkannya oleh masing-masing divisi.

e. Teknologi

Di era kemajuan produksi yang ada pada saat ini, teknologi mempunyai peranan yang sangat besar dalam sektor ini. Berapa banyak produsen yang kemudian tidak bisa *survive* karena adanya kompetitor lainnya dan lebih banyak yang bisa menghasilkan barang atau jasa jauh lebih baik, karena didukung oleh faktor teknologi. Misalnya ketika seorang tenaga kerja membuat baju menggunakan mesin jahit biasa, dalam satu bulan dapat menghasilkan 100 baju. Hal ini berbeda apabila dikerjakan dengan mesin dan teknologi yang canggih, maka dalam satu bulan dapat menghasilkan 1000 baju. Maka akan terlihat suatu persaingan`yang tidak seimbang antara produsen yang tidak menggunakan teknologi dan produsen yang menggunakan teknologi dalam aktivitas produksinya.

f. Bahan Baku

Bahan baku terbagi menjadi dua macam, adakalanya bahan baku tersebut merupakan suatu yang harus didapat ataupun dihasilkan oleh alam, tanpa ada penggantinya. Ada juga yang memang dari alam akan tetapi, bisa dicarikan bahan lain untuk mengganti bahan yang telah ada. Ketika seorang produsen akan memproduksi suatu barang atau jasa, maka salah satu hal yang harus dipikirkan yaitu bahan baku. Karena jika bahan baku tersedia dengan baik, maka produksi akan berjalan dengan lancar, jika sebaliknya, maka akan menghambat jalannya suatu produksi. Maka dari itu seorang produsen haruslah mempelajari terlebih dahulu saluran-saluran penyedia bahan baku, agar aktivitas produksi berjalan.

5. Indikator Produksi Dalam Islam

Adapun kaidah yang menjadi acuan indikator dalam berproduksi secara Islam antara lain:⁴²

- a. Memproduksi barang dan jasa yang halal pada setiap tahapan produksi.
- b. Mencegah kerusakan dimuka bumi, termasuk membatasi polusi, memelihara keserasian, dan ketersediaan sumber daya alam.
- c. Produksi dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat serta mencapai kemakmuran. Kebutuhan yang harus dipenuhi harus dalam prioritas yang ditetapkan agama, yakni

⁴² Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), hal. 111-112

terkait dengan kebutuhan untuk tegaknya akidah atau agama, terpeliharanya nyawa, akal, dan keturunan atau kehormatan, serta untuk kemakmuran material.

- d. Produksi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari tujuan kemandirian umat. Untuk itu hendaknya umat memiliki berbagai keahlian, kemampuan dan prasarana yang memungkinkan terpenuhinya kebutuhan spiritual dan material.
- e. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia baik kualitas spiritual maupun mental dan fisik.

D. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO. XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibuatkanlah pengertian UMKM melalui UU No. 9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke Undang-Undang No. 20 Pasal 1 Tahun 2008

tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:⁴³

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

⁴³ Usniah, S dan A. Alhifni, *Karakteristik Entrepreneur*....., hal. 374

- d. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- e. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Sedangkan juga terdapat pengertian UMKM menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yang memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang. Sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.⁴⁴

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 menyatakan bahwa usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan atau usaha yang mempunyai penjualan atau omset per tahun setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 (enam ratus juta rupiah) atau aset/aktiva setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari: (1) bidang usaha (Firma, CV,

⁴⁴ Rahmawati, *Bisnis Usaha*....., hal.74

PT, dan Koperasi); dan (2) perorangan (pengrajin atau industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa).⁴⁵

2. Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut pasal 6 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:⁴⁶

a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

⁴⁵ *Ibid.*, hal.74

⁴⁶ Usniah, S dan A. Alhifni, *Karakteristik Entrepreneur*....., hal. 374

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh ratus milyar rupiah).

Tabel 2.1
Kriteria UMKM

No.	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks 50 juta	Maks 300 juta
2	Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 miliar
3	Usaha Menengah	>500 juta – 10 miliar	>2,5 miliar – 50 miliar

Selain berdasarkan Undang-Undang tersebut, dari sudut pandang perkembangan usaha UMKM sampai saat ini, Rahmania mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria, yaitu:⁴⁷

- a. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal

⁴⁷ Rahmawati, *Bisnis Usaha Kecil Menengah.....*, hal.75

sebagai sektor informal, misinya adalah pedagang kaki lima (PKL).

- b. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

3. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Dari perspektif dunia diakui bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat vital di dalam pembangunan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang, tetapi juga di negara-negara maju. Di negara maju, UMKM sangat penting tidak hanya karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar, seperti halnya di negara yang sedang berkembang, tetapi juga di banyak negara kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan

produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari yang diperoleh dari usaha besar.⁴⁸

Di negara sedang berkembang di asia, Afrika, dan Amerika Latin, UMKM juga berperan sangat penting, khususnya dari perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan, dan pembangunan ekonomi perdesaan. Namun, dilihat dari sumbangannya terhadap pembentukan PDB dan ekspor nonmigas, khususnya produk-produk manufaktur dan inovasi serta pengembangan teknologi, peran UMKM di negara berkembang masih relatif rendah, dan ini sebenarnya perbedaan paling mencolok dengan UMKM di negara maju.⁴⁹

Selain berperan sebagaimana yang dijelaskan diatas, UMKM juga mempunyai manfaat, yaitu:⁵⁰

a. Penyumbang terbesar produk domestic

Manfaat bisnis sektor UMKM adalah meningkatnya produk yang dihasilkan oleh dalam negeri. Produk-produk yang ada tidak hanya akan merambah pasar nasional saja tetapi juga produk yang dibuat oleh anak bangsa sendiri bisa merambah pasar internasional. Produk lokal banyak diminati oleh banyak orang. Contohnya produk kerajinan dari Indonesia juga banyak yang terkenal sampai luar negeri.

⁴⁸ Tulus Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia,2009), hal. 1-2

⁴⁹ *Ibid.*, hal. 1

⁵⁰Kadeni, *Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*, Equilibrium, Vol. 08, No. 02, 2020, hal. 195

b. Terbukanya lapangan pekerjaan

Tidak dapat disangkal lagi bahwa sektor UMKM secara tidak langsung membuka peluang bagi orang-orang untuk mendapatkan peluang bagi orang-orang untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini bisa membantu pemerintah mengurangi jumlah angka pengangguran yang ada.

c. Solusi masyarakat kelas menengah

Modal yang diperlukan untuk membuka usaha dalam sektor UKM ini tidaklah susah. Bisa dikatakan mudah. Banyak sudah lembaga pemerintah yang membantu untuk memberikan bantuan dana modal dengan jumlah nilai kredit yang kecil. Saat ini bank juga memberikan jaminan pinjaman modal dengan nilai perkreditan yang kecil.

d. Operasional yang fleksibel

Struktur kepemimpinan dalam sektor UMKM relatif tidak besar. Setiap kepemimpinan mempunyai wewenang dan tanggungjawab masing-masing. Tidak hanya itu biasanya untuk bisnis sektor UMKM lebih cenderung memikirkan selera konsumen dan trend yang berkembang saat ini.

E. Tinjauan Tentang Penerapan Karakteristik Bisnis Islam Guna Meningkatkan Harga Jual dan Produksi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Karakteristik bisnis Islam adalah akhlak seseorang yang melekat pada jiwa wirausahawan dan membedakannya dengan wirausaha lainnya. Rasulullah SAW dalam menjalankan kegiatan usahanya dilandasi dengan kepribadian yang amanah, pengetahuan luas dan keterampilan yang mumpuni serta karakter-karakter yang dimilikinya adalah jujur, kreatif, berani, percaya diri, tabligh dan istiqamah. Selain itu, integritas seorang pengusaha yang berprinsip syariah ditunjukkan pada sifat-sifat diantaranya yaitu takwa, tawakal, jujur, dzikir, bersyukur, amanah, niat suci dan beribadah dalam melaksanakan usaha, menunaikan zakat, infaq dan shadaqah, tekun beribadah, suka bersilaturahim, menyantuni fakir dan miskin, toleransi dan mengakui kesalahan serta bertaubat.⁵¹

Islam sendiri juga sangat menganjurkan agar umatnya senantiasa menjalankan prinsip syariat Islam yang sudah ada di Al-Qur'an dan Hadits untuk dijadikan pedoman dalam melakukan bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Dalam melakukan sebuah usaha Islam memiliki karakteristik yang harus dilakukan oleh pelaku usaha tersebut:⁵²

a. Kejujuran

Islam sangat menganjurkan umatnya untuk senantiasa melakukan kejujuran. Tidak diperbolehkan sama sekali umat muslim melakukan kegiatan yang curang dalam berbisnis. Sehingga nilai kejujuran sangat penting dimiliki oleh para pelaku usaha.

⁵¹ Usniah, S dan A. Alhifni, *Karakteristik Entrepreneur.....*, hal. 374-375

⁵² *Ibid.*, hal. 375-376

b. Bisnis dengan mengedepankan keadilan

Adil juga sangat penting dimiliki oleh pelaku usaha, seorang pebisnis harus memiliki sifat adil tidak mengesampingkan salah satu pihak.

c. Mampu komunikatif dan memiliki kecakapan yang baik

Seorang pebisnis harus memiliki cara komunikatif dan kecakapan yang baik, berbicara yang sopan dengan pelanggan juga dengan orang-orang.

d. Membantu sesama manusia

Kita diajarkan untuk saling tolong menolong sesama manusia, ini juga berlaku apabila kita menjalankan bisnis kita harus saling menolong apabila rekan bisnis kita mengalami kesusahan.

e. Selalu menjaga hak dari konsumennya

Seorang pebisnis yang baik selalu memprioritaskan konsumen, agar konsumen tidak merasa kecewa setelah melakukan bisnis dengan kita. Karena dalam berbisnis kepuasan konsumen adalah yang utama.

f. Menunaikan zakat, infaq dan shadaqah

Ini sangat dianjurkan bagi kita yang sudah mampu untuk menunaikan zakat, infaq dan shadaqah agar senantiasa mendapatkan pahala dari Allh SWT. dikarenakan zakat itu merupakan rukun Islam yang ketiga.

Dari pemaparan di atas, dapat dijelaskan bahwa enam karakteristik bisnis Islam dapat mempengaruhi harga jual serta produksi usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Sebagaimana juga yang telah diajarkan di Al-Qur'an dan Hadits, bagaimana melakukan bisnis secara Islami dan tidak melanggar ketentuan syariat.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai tolok ukur dan acuan untuk menyelesaiakannya, penelitian terdahulu memudahkan penulis dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis untuk penyusunan penelitian. Adapun penelitian terdahulu diantaranya adalah:

Pertama, S. Usniah dan A. Alhifni⁵³ dalam jurnalnya yang berjudul Karakteristik Entrepreneur Syariah Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Bogor, menyatakan bahwa UMKM masih ada beberapa UMKM yang sudah menerapkan nilai-nilai Islam dalam wirausahaanya, seperti yang sudah dinyatakan di atas tadi yaitu yang berkaitan dengan kejujuran, keadilan, dan nilai-nilai lainnya yang sudah penulis tuliskan diatas. Akan tetapi masih ada juga praktik UMKM yang belum maksimal dalam menerapkan nilai-nilai bahkan masih ada juga beberapa UMKM yang belum menerapkan nilai-nilai Islam sama sekali. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh S. Usniah dan A. Alhifni dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan sama-sama menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Persamaan juga terletak pada objek penelitiannya yaitu sama-sama membahas tentang karakteristik bisnis syariah pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Sedangkan

⁵³ Usniah, S dan A. Alhifni, *Karakteristik Entrepreneur Syariah pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Bogor*, Jurnal Syarikah. Vol.3 No.1, 2017

perbedaanya adalah pada penelitian S. Usniah dan A. Alhifni perbedaan lokasi penelitian.

Kedua, Musfialdy dan M. Soim⁵⁴ dalam jurnalnya yang berjudul Peranan Nilai-Nilai Islam dalam Meningkatkan Kewirausahaan dan Kinerja Usaha Mikro (Studi di Kota Pekanbaru Provinsi Riau), mengatakan bahwa yang mempengaruhi kewirausahaan yaitu akidah, ibadah dan juga dari segi muamalat. Musfialdy juga mengatakan bahwa kerja keras juga mempengaruhi peningkatan berwirausaha, asalkan selalu dilandasi dengan keyakinan dan senantiasa bertawakal kepada Allah SWT. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Musfialdy dan M. Soim dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama-sama membahas tentang peran nilai Islam dalam meningkatkan kewirausahaan dan kinerja UMKM,. Tetapi perbedaan nya dengan penelitian yang saya lakukan adalah jika dalam penelitian yang dilakukan oleh Musfialdy dan M. Soim membahas mengenai Nilai-Nill Islam pada UMKM dan menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian yang saya membahas mengenai karakteristik bisnis Islam dan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Ketiga, Hasnah Rmiyati dan Munjiati Munawaroh⁵⁵ dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan

⁵⁴ Musfialdy, dan M. Soim, *Peranan Nilai-nilai Islam dalam Meningkatkan Kewirausahaan dan Kinerja Usaha Mikro (Studi di Kota Pekanbaru Provinsi Riau)* Kutubkhanah: Jurnal Penelitian Sosial dan Keagamaan, Vol.19, No.1, Januari 2016

⁵⁵ Hasnah Rimiyati, dan Munjiati Munawaroh, *Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada Pengusaha UMKM Muslim di Kota Yogyakarta)* JERSS. Vol. 7, No. 2, September 2016

Islam Terhadap keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Muslim di Kota Yogyakarta), menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan semua nilai-nilai Islam yang ada mempengaruhi keberhasilan berwirausaha. Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Hasnah Rimiyati dan Munjati Munawaroh dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama-sama membahas tentang penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islam pada UMKM. Sedangkan perbedaan penelitiannya dengan penelitian yang saya lakukan adalah metode penelitian. Metode penelitian yang digunakan oleh Hasnah Rimiyati dan Munjati Munawaroh menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan metode penelitian yang saya gunakan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Keempat, Euis Amalia⁵⁶ dalam jurnalnya yang berjudul Tranformasi Nilai- nilai Ekonomi Islam dalam Mewujudkan Keadilan Distributif Bagi Penguatan Usaha Kecil Mikro di Indonesia. Menyatakan bahwa UMKM telah membrikan kontribusi yang nyata dalam perkembangan perekonomian di Indonesia, akan tetapi masih perlu adanya perkembangan lanjutan terhadap sistem UMKM sendiri di Indonesia agar UMKM di Indonesia semakin berkembang dengan pesat. Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Euis Amalia dengan yang saya lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada bahasan dan topik penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Euis Amalia mengacu pada keadilan distributif,

⁵⁶ Euis Amalia, *Transformasi Nilai-Nilai Ekonomi Islam Dalam Mewujudkan Keadilan Distributif Bagi Penguatan Usaha Kecil Mikro Di Indonesia*, Al-Iqtishad, Vol. 3, NO. 1, Januari 2011

sedangkan penelitian yang saya lakukan membahas mengenai karakteristik bisnis Islam guna meningkatkan harga jual dan produksi usaha pada UMKM.

*Kelima, Juliana, Muhammad Fathir dan M.A. Suthan*⁵⁷ dalam jurnalnya yang berjudul Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro: Studi Kasus Pada Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat di Bandung Tahun 2017. Menyatakan bahwa dalam penerapannya pada usaha mikro kecil syariah puspa bank indonesia yang berada di Jawa Barat ketika mereka menggunakan etika berbisnis yang secara Islami menyatakan bahwa bisnis mereka berkembang sangat baik. Mereka menerapkan berbagai nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, keadilan penggunaan barang dengan kualitas yang baik. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Juliana, Muhammad Fathir dan M.A. Sulthan adalah pada metode penelitian, mereka menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Sedangkan penelitian yang saya lakukan menggunakan metode penelitian kualitatif. Serta persamaan pelitian yaitu sama-sama membahas mengenai usaha mikro.

G. Kerangka Konseptual

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sutau bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang atau perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah

⁵⁷ Juliana, M. Faathir, dan M.A. Suthan, *Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro: Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017*, Strategic, Vol. 19, No. 1, 2019

(UMKM). Saat ini saja UMKM di Indonesia berkembang pesat, bahkan menjadi alat patokan dalam meningkatkan dan mensejahterakan ekonomi di Indonesia.

Dalam penelitian ini tentang pengaruhnya karakter berbisnis secara Islami yang diterapkan oleh produsen UMKM di Kabupaten Trenggalek. Penelitian juga menganalisis data dan informasi seberapa besar pengaruh penerapan karakter bisnis Islam tersebut. Penelitian ini mengambil pengaruhnya terhadap kenaikan harga jual dan produksi pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMK) di Kabupaten Trenggalek.

UMKM sendiri sudah tidak asing bagi masyarakat Trenggalek. Bahkan banyak dari sebagian masyarakat Trenggalek yang menggantungkan hidupnya dari usaha dan bisnis UMKM, baik di bidang barang tau jasa. Dengan adanya penerapan karakteristik bisnis Islam yang diterapkan pada usaha dan bisnis produsen UMKM di Kabupaten TREnggalek semoga bisa meningkatkan harga jual dan produksi usaha, sehingga meningkatkan omset dan laba penjualan.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

