BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Studi pustaka perlu dikaji terlebih dahulu untuk menguasai teori yang relavan dengan topik atau masalah penelitian dan rencana model analisis yang dipakai. Sehubungan dengan penelitian ini, ada beberapa penelitian yang terlebih dahulu pernah melakukan penelitian mengenai sistem produksi dan pemasaran batu bata UD. Andri Putra di desa Alassapi kecamatan Banyuanyar kabupaten Probolinggo dalam perspektif etika bisnis Islam. Kajian yang mempunyai relasi atau keterkaitan dengan kajian ini antara lain:

1. Skripsi yang ditulis oleh Penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan sebelumnya terkait dengan penelitian ini yaitu: Skripsi dari Lub Atus Sa'adah, Nim 083 052 070, mahasiswa STAIN Jember tahun 2011 dengan judul "*Sistem Produksi Dan Pemasaran Tape 82 Bondowoso Dalam Perspektif Islam*". Hasil dari penelitian ini adalah proses produksi yang dilakukan perusahaan tape 82 ini sudah sesuai dengan Islam dimana mutu dan kualitas produksi diutamakan dan barang yang diproduksi dapat memenuhi kebutuhan manusia dan tidak memproduksi barang secara mewah dan berlebihan. *Persamaan* penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terdapat pada fokus yang akan diteliti yaitu mengutamakan mutu dan kualitas produk atau barang, serta menggunakan jenis penelitian kualitatif. Adapun letak *perbedaannya* dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada sistem produksi dan pemasaran batu bata UD.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Andri Putra yang terjadi di desa Alassapi serta ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam. Sedangkan penelitian sebelumnya memfokuskan dalam menawarkan produknya dengan menjelaskan hasil produk itu dengan jujur dan sesuai dengan apa yang ada di dalam produksi tersebut. Sistem pemasaran Tape 82 ini telah sesuai dengan konsep Islam.

2. Muhammad Syafi'i, Nim 083 062 293, mahasiswa STAIN Jember tahun 2011 dengan judul *"Strategi Pemasaran Roti Mawar Menurut Konsep Ekonomi Islam Di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang".* Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran sangat berperan dalam pengembangan dan kemajuan pihak perusahaan atau wirausaha. Karena strategi pemasaran adalah salah satu tonggak kesuksesan dari adanya perusahaan atau distributor. Strategi pemasaran pada wirausaha distributor roti ini sudah dikatakan baik karena semua komponen strategi pemasaran berjalan dengan baik. *Persamaan* antara penelitian terdahulu dengan peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang promosi, harga, produk, dan distribusi. Penelitiannya menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan *Perbedaannya* adalah cakupan yang diteliti tentang sistem produksi dan pemasaran batu bata UD. Andri Putra yang terjadi di desa Alassapi dalam perspektif etika bisnis Islam. Sedangkan penelitian terdahulu meneliti tentang kualitas dalam upaya meningkatkan jumlah penjualan roti mawar menurut konsep Islam.
3. Skripsi yang ditulis oleh Siti Nur Azizah, Nim 083 042 051, mahasiswa STAIN Jember tahun 2009 dengan judul "*Sistem Produksi Dan Pemasaran*

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Krupuk Barokah Mangli Jember Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Persamaan* penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama mengkaji tentang sistem produksi dan pemasaran serta bagaimana aplikasi bisnis Islam dalam menjalankan suatu bisnis, *perbedaannya* dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada produksi dan pemasaran batu bata UD. Andri Putra yang terjadi di desa Alassapi, sedangkan penelitian sebelumnya adalah terletak pada obyek penelitian. Penelitian ini lebih pada bagaimana penerapan ekonomi Islam serta pandangan hukum Islam dalam penerapan pabrik krupuk barokah Mangli Jember.

B. Kajian Teori

1. Sistem Produksi

a. Pengertian sistem produksi

Dalam Sistem produksi islam, konsep kesejahteraan ekonomi digunakan dengan cara yang lebih luas. Konsep kesejahteraan Islam terdiri atas bertambahnya pendapatan yang diakibatkan oleh meningkatnya produksi dari barang-barang bermanfaat melalui pemanfaatan sumber daya secara maksimum, baik manusia maupun benda dan melalui ikut sertanya jumlah maksimum orang dalam proses produksi.[1]

Proses transformasi nilai tambah dari input menjadi output dalam sistem produksi modern selalu melibatkan komponen struktural

[1] Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, 63.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

dan fungsional. Sistem produksi memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

1) Mempunyai komponen atau elemen-elemen yang saling berkaitan satu sama lain dan membentuk satu kesatuan yang utuh. Hal ini berkaitan dengan komponen structural yang membangun sistem produksi itu
2) Mempunyai tujuan yang mendasar keberadaannya, yaitu menghasilkan produk (barang dan jasa) berkualitas yang dapat dijual dengan harga yang kompetitif di pasar.
3) Mempunyai mekanisme yang mengendalikan pengoperasiannya berupa optimasi pengelokasian sumber-sumber daya.[2]

Sitem produksi merupakan sitem integral yang mempunyai komponen structural dan fungsional. Di dalam sistem produksi modern terjadi suatu proses transformasi nilai tambah yang mengubah input (tenaga kerja, modal, material, energi, tanah, informasi, manajerial) menjadi output (produk barang dan jasa) yang dapat dijual dengan harga yang kompetitif di pasar.

Seperti yang dinyatakan dalam surat Al-Jumu'ah

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ فِى ٱلْأَرْضِ وَٱبْتَغُواْ مِن فَضْلِ ٱللَّهِ وَٱذْكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

[2] Vincent Gaspersz, *Manajemen Produktifitas Total* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1998), 6.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Artinya: "Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah swt dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung". (Al-Jumu'ah : 10)

Pada prinsipnya ajaran Islam yang mendasar sebagai mana dijelaskan pada ayat Al-Qur'an di atas menyatakan bahwa, agama dan moral tidak saling bertolak belakang dengan kemakmuran dan pencapaian kekayaan, bahwa keduanya saling melengkapi di dalam kehidupan yang menyenangkan dan kebahagiaan yang sempurna. Menunaikan ibadah haji adalah salah satu ibadah, tetapi ketika orang sedang taat kepada Allah, juga tidak dilarang untuk melakukan kegiatan berdagang yang sesuai dengan hukum Allah, demi berusaha untuk mendapatkan penghidupan selama melakukan ibadah haji.

Produksi adalah aktifitas yang menghasilkan yang menghasilkan barang, baik barang jadi maupun barang setengah jadi, bahan industry dan suku cadang dan komponen-komponen.[3]

Bahwa sistem produksi memiliki komponen atau elemen structural dan fungsional yang berperan penting menunjang kontinuitas operasional sistem produksi itu. Komponen atau elemen structural yang membentuk sistem produksi terdiri dari bahan (material, mesin dan peralatan, tenaga kerja, modal, energi. Informasi, tanah) dan lain-lain. Sedangkan komponen atau elemen fungsional terdiri dari supervisi, perencanaan, pengendalian, koordinasi dan kepemimpinan

[3] Pandji Anuraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka cipta, 2000), 197.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

yang kesemuanya berkaitan dengan manajemen organisasi. Suatu sistem produksi selalu berada dalam lingkungan sehingga aspek-aspek lingkungan seperti perkembangan teknologi, sosial dan ekonomi, serta kebijaksanaan pemerintah akan sangat mempengaruhi keberadaan sistem produksi.[4]

Sistem produksi adalah suatu keterkaitan unsur-unsur yang berada secara terpadu, menyatu dan menyeluruh dalam mentransformasikan masukan menjadi keluaran.[5]

Jadi suatu sistem disini mengombinasikan atau menggabungkan dalam proses transformasi komponen masukan tersebut yang berupa bahan, tenaga kerja, modal dan lainnya, dengan suatu cara mengorganisasikan yang bertujuan untuk mencapai tujuan akhir yang sama.

Islam mendorong pemeluknya untuk berproduksi dan menekuni aktivitas ekonomi dalam segala bentuknya seperti, pertanian, peternakan, perburuan, industri perdagangan dan sebagainya. Islam memandang setiap amal perbuatan yang menghasilkan benda atau pelayanan yang bermanfaat bagi manusia atau memperindah kehidupan mereka dan menjadikan lebih makmur dan sejahtera. Bahkan, Islam memberkati perbuatan duniawi ini dam memberi nilai tambah sebagai amal ibadah kepada Allah dan perjuangan di jalan-Nya. Dengan bekerja, setiap individu dapat memenuhi hajat hidup

[4] Gaspersz, *Manajemen Produktifitas Total* , 6-7.
[5] Assauri Manajemen *Produktifitas dan Operasi*, 26.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

dirinya, hajat hidup keluarganya, berbuat baik kepada keluarganya, bahkan dapat memberi pertolongan kepada masyarakat disekitarnya. Hal ini merupakan keutamaan-keutamaan yang dihargai oleh agama dan tidak bisa dilaksanakan kecuali dengan harta. Sementara itu, tidak ada jalan untuk mendapatkan harta secara syariah kecuali dengan berproduksi atau bekerja. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan di dalam Al-Qur'an terdapat *nash-nash* yang mengajak berproduksi dan bekerja.[6]

Dalam proses produksi biasanya perusahaan menekankan agar produk yang dihasilkannya mengeluarkan biaya yang termurah, melalui pengkombinasian penggunaan sumber-sumber daya yang dibutuhkan, tentu saja tanpa mengabaikan proses inovasi serta kreasi. Secara praktis, ini memerlukan perubahan dalam cara membangun, yakni dari cara produksi konvensional menjadi cara produksi dengan menggunakan sumber daya alam semakin sedikit, membakar energi semakin rendah, menggunakan ruang-tempat lebih kecil, membuang limbah dan sampah lebih sedikit dengan hasil produk yang setelah dikonsumsi masih bisa didaur ulang.[7]

Konsep produksi berkeyakinan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang tersedia dimana-mana dan harganya murah. Penganut konsep ini akan berkonsentrasi pada upaya menciptakan efesiensi produksi, biaya rendah, dan distribusi masal.

[6] Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, 64.
[7] Erni R Ernawan, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2011), 89.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Dengan demikian, fokus utama konsep ini adalah distribusi dan harga. Konsep ini masih banyak dijumpai di negara-negara berkembang, seperti Indonesia, apalagi dalam situasi krisis moneter seperti saat ini.[8]

Distribusi adalah suatu proses penyaluran atau penyampaian barang atau jasa dari produsen kepada konsumen dan para pemakai. Penyaluran barang dan jasa kepada konsemen dan pemakainya mempunyai peran penting dalam kegiatan produksi dan konsumsi. Tanpa distribusi, barang atau jasa tidak akan sampai dari produsen kepada konsumen, sehingga kegiatan produksi dan konsumsi tidak lancar. Sebagai jembatan antara produsen dan konsumen, distribusi mempunyai peran signifikan dalam berputaran roda perekonomian masyarakat ataupun negara.[9]

Produksi menurut As-Sadr adalah usaha mengembangkan sumber daya alam agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Pengertian produksi perspektif Islam yang dikemukakan Qutub Abdus Salam Duaib adalah usaha mengeksploitasi sumber-sumber daya agar dapat menghasilkan manfaat ekonomi. Dalam pengertian ahli ekonomi, yang dapat dikerjakan manusia hanyalah membuat barang-barang menjadi berguna yang ini disebut barang yang "dihasilkan".[10]

Pada bagian Produksi *fraud* (kecurangan) itu bisa terjadi dalam berbagai hal seperti menurunkan tingkat ketelitian pada standart produk yang seharusnya. Mempromosikan dalam jumlah yang terlebih

[8] Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 21.
[9] Idri H, *Hadis Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2015), 128.
[10] Rustan Effendi, *Produksi dalam Islam* (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2003), 12.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

namun melaporkannya dalam jumlah yang tidak sebenarnya, dan kelebihan itu ia simpan dan di pasarkan secara bawah tangan atau sembunyi-sembunyi. Tindakan lainnya seperti melaporkan kerusakan mesin pabrik dalam bentuk habisnya umur ekonomis onderdil atau mesin harus diganti dengan yang baru. Usulan ini bisa saja terjadi karena faktor sudah adanya *deal* (kesepakatan) dengan pihak rekan bisnis dan ada sejumlah *fee* ataupun bonus yang akan ia terima nantinya.[11]

Melihat pentingnya peranan produksi yang nyata-nyata menentukan kemakmuran suatu bangsa dan taraf hidup manusia, Al-Qur'an telah meletakkan landasan yang sangat kuat terhadap sistem produksi barang. Beberapa contoh dalam Al-Qur'an maupun Sunnah Rasul menunjukkan bagaimana umat Islam memerintahkan untuk bekerja keras dalam mencari penghidupan agar mereka tidak mengalami kegagalan atau tertinggal dari orang lain dalam berjuang demi kelangsungan hidupnya.[12]

Al-Qur'an berulang kali memerintah manusia bekerja keras demi memperoleh penghidupan.

Artinya: "Sesungguhnya kematian yang kamu lari daripadanya, Maka Sesungguhnya kematian itu akan menemui kamu, kemudian kamu akan dikembalikan kepada (Allah), yang mengetahui yang ghaib dan yang nyata, lalu Dia beritakan kepadamu apa yang telah kamu kerjakan".(QS. Al-Jumu'ah: 8)[13]

[11] Irham Fahmi, *Manajemen Risiko* (Bandung: Alfabeta, 2014), 148.
[12] Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid I*, 203-205.
[13] Al-Qur'an, 28:73.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ
إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ
إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".(QS. An-Nisa’: 29)

Apabila Al-qur’an dikaji secara terperinci, maka kita akan mendapatkan bahwa penekanan atas dasar usaha manusia untuk memperoleh sumber penghidupan merupakan salah satu prinsip ekonomi yang mendasar dalam Islam. Namun demikian sekali lagi kita ingatkan bahwa usaha yang terus menerus, bersungguh-sungguh dan semangat, yang diperlukan untuk mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan hidup. Jika tidak demikian halnya, mungkin akan menemui kegagalan yang parah. Sebuah ayat dari Al-qur’an yang sangat terkenal menyatakan bahwa “Tidak ada sesuatu yang diperoleh manusia selain apa yang telah diusahakannya”, merupakan sebuah peringatan kepada manusia yang malas dan tidak mau berusaha untuk memenuhi kehidupannya.

Dengan jelas kita Al-qur’an membimbing manusia bahwa seseorang dapat memperoleh semua yang ada di dunia ini dengan berbagai usaha yang dilakukannya. Al-qur’an menjelaskan “Peluang

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Emas" dalam Islam yaitu manusia sendiri merupakan arsitek kehidupan dalam artian yang luas. Manusia sendiri yang membentuk kehidupannya. Segala sesuatu ada dalam genggaman usahanya.

Manusia diperintah untuk melanjutkan perjuangan agar dapat mencapai tuntutan material dalam kehidupannya, dalam firman Allah:

وَمِنْ ءَايَٰتِهِۦ مَنَامُكُم بِٱلَّيْلِ وَٱلنَّهَارِ وَٱبْتِغَآؤُكُم مِّن فَضْلِهِۦٓ ۚ إِنَّ فِى ذَٰلِكَ لَءَايَٰتٍ لِّقَوْمٍ يَسْمَعُونَ ﴿٢٣﴾

Artinya:" Dan diantara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah tidurmu di waktu malam dan siang hari dan usahamu mencari sebagian dari karuniaNya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi kaum yang mendengarkan." (QS. Ar Ruum: 23)

Kekayaan harta benda sangat penting dalam kehidupan manusia sehingga disebut "karunia Allah Swt". Manusia dianjurkan untuk memohon kepada Allah agar dilimpahkan harta kekayaan yang banyak. Dengan demikian seseorang itu dibimbing untuk memelihara keharmonisan dan keseimbangan antara moral dan tuntutan ekonomi dalam kehidupan. Mula-mula manusia diperintahkan bekerja keras untuk memperoleh harta kekayaan dan kemudian dianjurkan untuk memohon kesejahteraan. Dengan kata lain pertama-tama manusia harus berusaha dan kemudian harus memohon kepada Allah Swt, maha pemberi rezeki dan pemimpin semesta, untuk meningkatkan karunianya. Hal ini akan membantu manusia dalam bergelut dengan usaha-usaha ekonominya, tanpa perasaan khawatir ataupun putus asa. Jika suatu saat usahanya membuahkan hasil yang lebih baik dari yang

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

diharapkan, ia tidak akan menjadi kufur kepada Allah Swt dengan mengekploitasi orang-orang melainkan tetap bersifat lembut. Sebaliknya, meskipun ia telah berusaha sungguh-sungguh, namun mengalami kegagalan, tidak akan merasa putus asa namun akan tetap meningkatkan usahanya dan semakin menaruh keyakinan kepada Allah Swt.

b. Faktor-Faktor Produksi

Faktor produksi, seperti telah dijelaskan, dapat dibedakan kepada empat golongan yaitu tenaga kerja, tanah, modal dan keahlian keusahawanan. Di dalam teori ekonomi, di dalam menganalisis mengenai produksi, selalu dimisalkan bahwa tiga faktor produksi yang belakangnya dinyatakan (tanah, modal dan keahlian keusahawanan) adalah tetap jumlahnya. Hanya tenaga kerja dipandang sebagai faktor produksi yang berubah-ubah jumlahnya. Dengan demikian di dalam menggambarkan hubungan diantara faktor produksi yang digunakan dan tingkat produksi yang dicapai, yang digambarkan adalah hubungan diantara jumlah tenaga kerja yang digunakan dan jumlah produksi yang dicapai.[14]

Setelah membicarakan arti penting produksi, diuraikan pula berbagai jenis faktor produksi seperti: tanah, buruh, modal dan organisasi yang membantu dalam proses produksi.

[14] Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi III* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), 193.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

1. Tanah

Pengertian tanah di sini mengandung arti yang luas termasuk semua sumber yang kita peroleh dari udara, laut, gunung, dan sebagainya, sampai dengan keadaan geografi, angin, dan iklim terkandung dalam tanah. Alqur'an menggunakan kata tanah dalam maksud yang berbeda. Manusia diingatkan dengan berulang kali supaya menggunakan benda-benda yang bersifat keduniaan yang diciptakan bagi faedah mereka. Pada hakekatnya seluruh alam ini berperanan memberikan faedahnya kepada manusia, jadi mereka boleh menggunakan sumber yang tersembunyi dan berpotensi untuk memuaskan kehendak yang tidak terbatas.[15]

Tidak diragukan lagi faktor produksi yang paling penting adalah permukaan tanah yang di atasnya kita dapat berjalan, bekerja mendirikan rumah, perusahaan, serta melakukan apa saja menurut kehendak kita. Al-Qur'an mengingatkan dalam surat Al-Baqarah bahwa disediakan dengan tempat tinggal dan kesenangan di bumi ini berdasarkan firman Allah Swt, sebagai berikut:

وَلَكُمْ فِى ٱلْأَرْضِ مُسْتَقَرٌّ وَمَتَٰعٌ إِلَىٰ حِينٍ ﴿٣٦﴾

Artinya: "Dan bagi kamu ada tempat kediaman di bumi dan kesenangan hidup sampai waktu yang ditentukan".(QS. Al-Baqarah: 36)

Alam ini menjamin kepada manusia suatu sumber yang tetap di bumi untuk memenuhi keperluannya yang senantiasa

[15]Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid I*, 225-227.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

bertambah pada setiap peringkat kehidupan di dunia ini. Sekiranya berlaku keadaan tanah yang memberikan daya distribusi yang rendah akibat penggunaan yang intensif atau lain-lain sebab, menurut ayat tersebut pada perusahaan digalakkan untuk meningkatkan usahanya hingga maksimum. Umpamanya mencari manfaat-manfaat baru untuk meningkatkan kesuburan tanah supaya memperoleh kesenangan yang dijanjikan. Oleh karena itu setiap tindakan, terdapat pemberitahuan yang baru untuknya, jika dia bener-bener beriman kepada Allah, hendaknya berusaha dan mendapatkan kebahagiaan dari kesenangan tersebut.

Diriwayatkan oleh Sayyida Aisyah, Rasulullah SAW bersabda:

...أُطْلُبُوا الرِّزْقَ خَبَايَا الْاَرْضِ (رواه الطبرنى)

Artinya: "… Carilah penghidupan kamu dari khazanah (kekayaan) bumi yang tersembunyi".

2. Buruh (Tenaga Kerja)

Tenaga kerja adalah segala usaha dan ikhtiar yang dilakukan oleh anggota badan atau pikiran untuk mendapatkan imbalan yang pantas. Termasuk semua jenis kerja yang dilakukan fisik maupun pikiran.[16]

Tenaga kerja sebagai satu faktor produksi mempunyai arti yang besar. Karena semua kekayaan alam tidak berguna bila tidak

[16] Ibid., 248-249.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

dieksploitasi oleh manusia dan diolah oleh buruh. Alam telah memberikan kekayaan yang tidak terhitung, tetapi tanpa usaha manusia semua akan tersimpan. Banyak negara di Asia Timur, Timur Tengah, Afrika dan Amerika Selatan yang kaya akan sumber alam tetapi karena mereka belum mampu menggalinya maka mereka tetap miskin dan terbelakang.

Kitab suci Al-Qur'an memandang betapa pentingnya produksi kekayaan Negara, Al-Qur'an telah memberi penekanan yang lebih tehadap tenaga manusia. Ini dapat dilihat dari petikan ayat dalam surat An-Najm:

وَأَن لَّيْسَ لِلْإِنسَٰنِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾

Artinya: "Dan Bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya". (QS. An-Najm: 39)

Diriwayatkan dalam ayat tersebut bahwa satu-satunya cara untuk mendapatkan sesuatu dalam alam ini ialah melalui kerja keras. Kemajuan dan kekayaan manusia dari alam ini tergantung kepada usaha. Semakin bersungguh-sungguh dia bekerja semakin banyak harta yang diperolehnya. Prinsip tersebut diperjelas lagi dalam surat An-Nisa' melalui firman Allah:

وَلَا تَتَمَنَّوْا۟ مَا فَضَّلَ ٱللَّهُ بِهِۦ بَعْضَكُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ ۚ لِّلرِّجَالِ
نَصِيبٌ مِّمَّا ٱكْتَسَبُوا۟ ۖ وَلِلنِّسَآءِ نَصِيبٌ مِّمَّا ٱكْتَسَبْنَ ۚ

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

وَسْـَٔلُواْ ٱللَّهَ مِن فَضْلِهِۦٓ ۗ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُلِّ شَىْءٍ عَلِيمًا ﴿٣٢﴾

Artinya: "Dan janganlah kamu iri hati terhadap apa yang dikaruniakan Allah kepada sebahagian kamu lebih banyak dari sebahagian yang lain. (karena) bagi orang laki-laki ada bahagian dari pada apa yang mereka usahakan, dan bagi Para wanita (pun) ada bahagian dari apa yang mereka usahakan, dan mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui segala sesuatu." (An-Nisaa' : 32).

3. Modal

Modal merupakan asset yang digunakan untuk membantu distribusi asset yang selanjutnya. Menurut Prof. Thomas, milik individu dan negara yang digunakan dalam menghasilkan asset berikutnya selain tanah adalah modal. Modal dapat memberikan kepuasan pribadi dan membantu untuk menghasilkan kekayaan lebih banyak.

Modal adalah faktor produksi yang ke-3 yang digunakan untuk membantu manusia mengeluarkan asset lain. Distribusi berskala besar dan kemauan industri yang telah dicapai saat ini adalah akibat penggunaan modal. Tenaga manusia saja tidak cukup.

Pentingnya modal dalam kehidupan manusia ditunjukkan dalam Al-Qur'an:

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ ٱلشَّهَوَٰتِ مِنَ ٱلنِّسَآءِ وَٱلْبَنِينَ
وَٱلْقَنَٰطِيرِ ٱلْمُقَنطَرَةِ مِنَ ٱلذَّهَبِ وَٱلْفِضَّةِ وَٱلْخَيْلِ
ٱلْمُسَوَّمَةِ وَٱلْأَنْعَٰمِ وَٱلْحَرْثِ ۗ ذَٰلِكَ مَتَٰعُ ٱلْحَيَوٰةِ ٱلدُّنْيَا ۖ
وَٱللَّهُ عِندَهُۥ حُسْنُ ٱلْمَـَٔابِ ﴿١٤﴾

Artinya: "Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga)". (QS. Ali 'Imran: 14)

Suatu modal dalam kegiatan ekonomi merupakan salah satu faktor penting dalam produksi yang tidak dapat diabaikan, disamping faktor-faktor pendukung proses produksi lainnya. setiap individu berhak menggunakan modal yang dimiliki dengan baik dan produktif.[17]

4. Organisasi

Organisasi yaitu seseorang yang berinisiatif merencanakan, memandu dan menyusun seluruh perusahaan disebut sebagai pioner atau usahawan. Keseluruhan kerja merencanakan dalam mengarahkan perusahaan adalah kerja organisasi.[18]

Dalam perindustrian modern, organisasi memainkan peranan yang sangat berarti dan dianggap sebagai faktor produksi

[17] Rokhim, *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad Saw*, 80.
[18] Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid I*, 297-298.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

yang paling penting. Usahawan yang menggunakan faktor-faktor produksi yang lain seperti tanah, buruh dan modal, dalam kadar yang betul dan faktor tersebut bekerja dengan cara yang sebaik mungkin agar memberikan hasil yang minimum. Seorang usahawan diibaratkan sebagai kapten sebuah kapal yang berperan dalam mengemudikan kapal (industri) dengan selamat kepelabuhan (tujuan kesejahteraan ekonomi).

Pentingnya perencanaan dan organisasi dapat dilihat pada hakikat bahwa Allah sendiri merupakan perencanaan yang terbaik, dalam surat Ali ‘Imran, Allah berfirman.

ٱلَّذِينَ قَالَ لَهُمُ ٱلنَّاسُ إِنَّ ٱلنَّاسَ قَدْ جَمَعُوا۟ لَكُمْ فَٱخْشَوْهُمْ فَزَادَهُمْ إِيمَـٰنًا وَقَالُوا۟ حَسْبُنَا ٱللَّهُ وَنِعْمَ ٱلْوَكِيلُ ﴿١٧٣﴾

Artinya: “(yaitu) orang-orang (yang mentaati Allah dan Rasul) yang kepada mereka ada orang-orang yang mengatakan: "Sesungguhnya manusia telah mengumpulkan pasukan untuk menyerang kamu, karena itu takutlah kepada mereka", Maka Perkataan itu menambah keimanan mereka dan mereka menjawab: "Cukuplah Allah menjadi penolong Kami dan Allah adalah Sebaik-baik Pelindung". (QS. Ali ‘Imran: 173)

Perkataan ‘wakil’ bermakna penerus, pemegang amanah, yaitu orang yang mengurus dan menjaga pekerjaan atau urusan orang lain. Dalam ayat diatas, umat Islam dinasehatkan untuk menunjukkan kemampuan mereka dan kemudian untuk mengamanahkan urusan mereka di bawah penjagaan dan

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

pemeliharaan Allah yang merupakan pengurus dan pengatur terbaik bagi segala urusan. Juga disiratkan bahwa oleh karena Allah merupakan pengurus dan pengatur yang terbaik, maka Ia menghendaki hambah-hambaNya agar berusaha menjadi pengatur yang baik untuk setiap petunjuk Allah.

2. Pemasaran

Sebelum tahun 1950-an, pemasaran dianggap tidak lebih dari sekedar subyek statistik ekonomi dari pada fungsi bisnis yang serius. Para sarjana berdebat apakah benar atau tidak pemasaran merupakan ilmu pengetahuan, pemasaran dianggap manejemen tingkat atas sebagai "tidak lebih dari sekedar fungsi penjualan". Ada beberapa yang mulai memahami dan mengidentifikasi "konsep pemasaran" yang mengangkat konsumen ke status raja dan memaksa persiapan orientasi bisnis kearah perlengkapan kebutuhan mereka. Kemudian peranan manejemen pemasaran dalam memilih target konsumen, menilai perhatian dan kebutuhan mereka dan mengelola sumber-sumber untuk memuaskan mereka adalah yang secara universal diterima. Beberapa perhatian diberikan kepada "aktivitas yang terkoordinasi " dari pemasaran yang berhubungan ke fungsi bisnis lainnya, namun tidak ada petunjuk atas kemunculan menejemen pemasaran sebagai peranan kepemimpinan di dalam badan usaha.[19]

Disinilah letak perbedaannya. Pemasaran lebih kepada mengutamakan kepuasan pelanggan. Lagi pula perusahaan mengawalinya

[19] Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2005), 18.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

dengan mencari tahu kebutuhan dan keinginan pelanggan. Barulah kemudian dicari tahu produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan itu. Laba justru diharapkan diperoleh dari kepuasan konsumen yang nantinya membeli dalam jumlah banyak, terus-terusan dan mungkin dengan harga yang menguntungkan.[20]

Dalam garis besarnya dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah berbagai upaya yang dilakukan agar memudahkan terjadinya penjualan/perdagangan. Rasulullah saw adalah orang yang mengeluti dunia perdagangan, sekaligus seorang pemasar (*markerter*) yang andal.[21]

Pemasaran merupakan salah satu fungsi utama dalam menentukan bisnis perusahaan. Tenaga pemasaran merupakan sarana penghubung utama perusahaan dengan konsumen, atau dengan kata lain tenaga pemasar adalah ujung tombak bisnis perusahaan, karena merekalah yang memotivasi para konsumen untuk membeli produk perusahaan atau bertransaksi dengan perusahaan.[22]

Dalam perusahaan bisnis, pemasaran menghasilkan pendapatan yang dikelola oleh orang-orang keuangan dan kemudian didayagunakan oleh orang-orang produksi untuk menciptakan produk atau jasa. Tantangan bagi pemasaran adalah menghasilkan pendapatan dengan memenuhi keinginan para konsumen pada tingkat laba tertentu tanpa melupakan tanggung jawab sosial.[23]

---

[20] Ibid., 21.
[21] Jusmalia, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 2.
[22] Ernawan, *Etika Bisnis*, 91.
[23] Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali, 2014), 1.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah suatu proses sosial dan menajerial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok mendapatkan sesuatu yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sehubungan dengan hal itu, dibutuhkan suatu keahlian yang mampu memilah dan melaksanakan kegiatan pemasaran dalam pencapaian tujuan perusahaan serta dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan. Kegiatan pemasaran ini harus dikoordinasikan dan dikelola dengan cara yang benar, sehingga dikenal dengan istilah manajemen pemasaran.[24]

Pemasaran adalah suatu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan sebuah nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut produk dan jasa. Pemasaran menjadi penghubung antara produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dengan konsumen yang akan menggunakan produk atau jasa.

Dalam kegiatan pemasaran, aktivitas pertukaran merupakan hal utama, pertukaran merupakan kegiatan pemasaran dimana seseorang berusaha menawarkan sejumlah produk atau jasa dengan sejumlah nilai manfaat keberbagai macam individu maupun kelompok sosial untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Pemasaran sebagai kegiatan manusia diarahkan untuk memuaskan keinginan (*wants*) dan kebutuhan

[24] Endang Puspita dan Novita Kesiyarinni, *Ekonomi* (Jawah Tengah: Viva Pakarindo, 2013), 15.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

(*needs*) manusia setiap hari melalui proses pertukaran.[25]

Sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh, dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya.[26]

Dalam sistem pemasaran juga terdapat beberapa faktor yang saling terkait satu dengan yang lain, faktor tersebut adalah:

1. Organisasi yang melakukan kegiatan pemasaran
2. Barang, jasa, ide, atau ide yang sedang dipasarkan.
3. Pasar yang dituju.
4. Pasar perantara yang membantu dalam pertukaran, antara organisasi pemasaran dan pasarnya. Mereka ini adalah pengecer, pedagang besar, agen pengangkutan, lembaga keuangan, dan sebagainya.
5. Faktor-faktor lingkungan, seperti faktor demografi, kondisi perekonomian, faktor sosial dan kebudayaaan, kekuatan politik dan hukum, teknologi dan persaingan.[27]

Marketing mix dalam Islam harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran, produk haruslah halal dan baik dalam menentukan harga tidak boleh menggunakan cara-cara yang merugikan pembisnis lainnya. Islam tentu memperbolehkan pedagang untuk mengambil keuntungan. Karena hakekat dari berdagang adalah untuk mencari keuntungan. Sebagaimana imam Ghozali mengatakan bahwa untuk

[25] Herlambang, *Pengantar Ilmu Bisnis*, 107.
[26] Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), 12.
[27] Susatyo Herlambang, *Basic Marketing* (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), 7.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

mengambil keuntungan tersebut janganlah berlebih-lebihan.[28]

Ada empat kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis agar mendapat nilai-nilai moral yang tinggi yaitu shidiq, amanah, fathonah dan tabligh. Pemasaran dalam tinjauan syariah menyandarkan pedoman etikanya pada nilai-nilai Islami yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits. Promosi dalam tinjauan syariah harus sesuai dengan yang merefleksikan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat. Periklanan yang mengikuti ajaran Islam akan menyebarkan moral yang baik. Pemasaran yang baik tidak akan menguntungkan satu pihak saja namun menguntungkan bagi semua orang serta sabaliknya tidak merugikan salah satu pihak.

Konsep pengembangan strategi pemasaran yang ke-empat berkaitan dengan masalah bagaimana menetapkan bentuk penawaran pada segmen pasar tertentu. Hal ini dapat terpenuhi dengan penyediaan suatu sarana yang disebut *Marketing mix.* Marketing Mix ini merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan. Secara definitive dapat dikatakan bahwa:

Marketing Mix adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.[29]

Menurut Kotler (2003) strategi Marketing Mix atau bauran pemasaran, dapat diartikan sebaagai sekumpulan dari variabel-variabel yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar

[28] Swastha, *Manajemen Pemaasaran Modern*, 78.
[29] Ibid., 79.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran atau dengan kata lain 4P merupakan kombinasi dari variabel-variabel pemasaran yang merupakan faktor internal yang berada dalam jangkauan yang dapat dikendalikan oleh perusaahaan. Adapun variabel-variabel 4P tersebut sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

   Produk Adalah kombinasi barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan ditawarkan kepada pasar sasaran. Variabel dalam bauran produk yaitu: mutu atau kualitas, ciri khas, gaya, bentuk, merk, pelayanan dan jaminan.[30]

   Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.[31]

2. Harga (*Price*)

   Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen kepada produsen untuk mendapatkan suatu produk. Variabel dalam

[30] Ibid., 33.
[31] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 95.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

bauran harga yaitu: daftar harga, potongan harga, syarat kredit dan periode pembayaran.[32]

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.[33]

3. Distribusi (*Place*)

Distribusi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan agar produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen. Variabel dalam bauran Distribusi yaitu: lokasi, transportasi, persediaan barang distributor dan pengecer.[34]

Distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Dalam pelaksanaan aktivitas-aktivitas distribusi, perusahaan kerapkali harus bekerja sama dengan berbagai perantara (*middleman*) dan saluran distribusi (*distribution channel*) untuk menawarkan produknya ke pasar.[35]

[32] Swastha, *Manajemen Pemaasaran Modern*, 33.
[33] Tjiptono, *Strategi Pemasaran,*151.
[34] Swastha, *Manajemen Pemaasaran Modern*, 33.
[35] Tjiptono, *Strategi Pemasaran,*185.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen promosi adalah periklanan, personal seling. Promosi penjualan dan publisitas.[36]

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah medengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya. Pentingnya promosi dapat digambarkan lewat perumpamaan bahwa pemasaran tanpa promosi dapat diibaratkan seorang pria berkaca mata hitam yang dari tempat gelap pada malam kelam mengedipkan matanya pada seorang gadis cantik di kejahuan. Tak seorang pun yang tahu apa yang dilakukan pria tersebut, selain dirinya sendiri. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.[37]

Suatu motivasi yang dapat mendorong seseorang untuk berpartisipasi aktif dalam suatu organisasi atau perusahaan, antara lain

[36] Swastha, *Manajemen Pemaasaran Modern*, 33.
[37] Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 219.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

kesempatan untuk maju. Telah menjadi sifat dasar manusia pada umumnya untuk menjadi lebih baik atau lebih maju daripada posisi yang dimilikinya pada saat ini. Kesempatan untuk maju itu dalam suatu organisasi sering disebut sebagai *promosi.* Suatu promosi berarti pula perpindahan dari suatu jabatan ke jabatan yang lain yang mempunyai stastus dan tanggung jawab yang lebih tinggi. Hal ini berarti bahwa kompensasi (penerimaan upah/gaji dan sebagainya) menjadi lebih tinggi bisa dibanding dengan jabatan lama. Namun, ada pula promosi yang tidak berakibat adanya kenaikan kompensasi, yang disebut *promosi kering.*[38]

Strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut. Dunia pemasaran diibaratkan sebagai suatu medan tempur bagi para produsen atau para pedagang yang bergerak dalam komoditi yang sama maka perlu sekali diciptakan suatu strategi pemasaran, agar dapat memenangkan peperangan tersebut.[39]

Apabila pemasaran tidak mampu menjual hasil produksi perusahaan dengan tingkat harga yang telah ditetapkan, maka hasil penerimaan penjualan perusahaan akan lebih rendah dari yang direncanaakan, sehingga tingkat keuntungan yang ditargetkan tidak

[38] Sadili Samsuddin, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Bandung: Pustaka Setia, 2005), 264.
[39] Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Albeta, 2014),195.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

akan tercapai. Kemungkinan harga penjualan yang lebih rendah akan memberikan keuntungan per Unit produk akan lebih rendah. Harga penjualan yang lebih rendah mungkin pula menimbulkan kerugian, karena harga tersebut lebih rendah dari biaya per Unit produk.

Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan, karena pemasaran merupakan pintu terdepan untuk mengalirnya dana kembali ke dalam perusahaan. Kelancaran masuknya kembali dana dari hasil operasi perusahaan sangat ditentukan oleh bidang pemasaran. Demikian pula pencapaian keuntungan usaha perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan memasarkan produk perusahaan dengan harga yang menguntungkan.[40]

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh setiap perusahaan didasarkan pada strategi pemasaran yang ditetapkan untuk mencapai sasaran pasar yang dituju. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya ditentukan oleh ketepatan strategi pemasaran yang ditetapkan dengan situasi dan kondisi dari sasaran pasar yang dituju. Oleh karena itu, pasar produk perusahaan perlu dikaji, sehingga dapat ditentukan sasaran yang tepat.[41]

[40] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, konsep dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), 63.
[41] Ibid., 97.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

3. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian etika bisnis Islam

Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.[42]

Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya, Etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.

Dalam membicarakan etika bisnis Islami adalah menyangkut "*Businnes Firm*" dan atau " Businnes Person", yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Karakteristik standar moral bisnis. (a)Tingkahlaku yang diperhatikan dari konsekuensi serius untuk kesejahteraan manusia. (b)Memperhatikan validitas yang cukup tinggi dari bantuan atau keadilan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengertian bisnis

[42] Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 35.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Islam tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi (*religiousness economy practical guidance*).

Sebagaimana dikutip dari Rafik Issa Beekun Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis dapat berarti atau refleksi tentang moralitas ekonomi dan bisnis. Moralitas di sini, berarti aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam susunan *adjective* di atas ditambah dengan halal-haram (*degrees of lawful and lawful*), sebagaimana yang disinyalir oleh Husain Sahatah, dimana beliau memaparkan sejumlah perilaku etis bisnis (*Ahlaq Al-Islamiyah*) yang dibungkus dengan *dhawabith Syariyah* (batasan syariah) atau *general guideline*.[43]

Teori etika bisnis, hal ini memberikan justifikasi bagi serangkaian tindakan demonstratif yang dilakukan para buruh perusahaan yang menuntut hak-hak mereka dipenuhi. Karyawan jika ditilik dari etika ini adalah individu yang memiliki hak atas gaji (upah) yang adil, lingkungan kerja yang aman, sehat dan jaminan lainnya.

[43] Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencan a, 2006), 70.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Sebaiknya, majikan berhak memperoleh jaminan kinerja yang memadai bagi peningkatan mutu dan kerahasiaan bisnis perusahaan.[44]

Oleh karena itu, tujuan etika bisnis Islam bukan untuk mengubah keyakinan moral seseorang melainkan untuk meningkatkan keyakinan itu, sehingga orang percaya pada diri sendiri dan akan memberlakukannya dalam dunia bisnis. Pada dasarnya, etika bisnis Islam tidak lepas dari pengaruh ajaran Islam, pemikiran tokoh-tokoh dan ulama' serta keadaan masyarakat yang mendorong untuk membuat aturan-aturan moral. Etika bisnis Islam hadir sebaagai wujud antisipasi terhadap banyaknya penyimpangan dan kecurangan dalam dunia bisnis, misalnya penipuan, penggelapan dan pemerasan yang kemudian menjadi latar belakang munculnya etika bisnis. Etika bisnis dianggap memiliki seperangkat alat yang mampu untuk mengubah hal-hal yang negatif menjadi positif dalam dunia bisnis.[45]

b. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma prilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksnakan, aturan (norma) etika tersebut di wujudkan dalam bentuk aturan hukum. Sebagai control terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan

[44] Muhammad, *Paradigma, Metodelogi dan Aplikasi Ekonomi Syari'ah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 60.
[45] Idri H, *Hadis Ekonomi*, 348.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berprilaku tanpa diskriminasi.[46]

Etika bisnis hanya bisa berperan dalam suatu komunitas moral, tidak merupakan kometmen individual saja, tetapi tercantum dalam suatu kerangka sosial. Etika bisnis menjamin bergulirnya kegiatan bisnis dalam jangka panjang, tidak terfokus pada keuntungan jangka pendek saja. Etika bisnis akan meningkatkan kepuasan pegawai yang merupakan stakeholders yang penting untuk diperhatikan.

Etika bisnis membawa pelaku bisnis untuk masuk dalam bisnis internasional. Karenanya, harus:

a. Pengelolaan bisnis secara professional
b. Berdasarkan keahlian dan keterampilan khusus
c. Memiliki kometmen moral yang tinggi
d. Menjalankan usahanya berdasarkan profesi/keahlian.

Karena itu, Etika bisnis secara umum menurut Suarny Amran, harus berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Prinsip Otonomi

   Prinsip Otonomi yaitu kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keselarasan tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas keputusan yang diambil.[47]

[46] Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 36.
[47] Ibid., 37.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Untuk bertindak otonom, diandaikan ada kebebasan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keputusan yang menurutnya terbaik, karena kebebasan adalah unsur hakiki dari prinsip otonomi ini. Dalam etika, kebebasan adalah prasyarat utama untuk bertindak secara etis, walaupun kebebasan belum menjamin bahwa seseorang bertindak secara otonom dan etis. Unsur lainnya dari prinsip otonomi adalah tanggungjawab, karena selain sadar akan kewajibannya dan bebas dalam mengambil keputusan dan tindakan berdasarkan apa yang dianggap baik, otonom juga harus bisa mempertanggungjawabkan keputusan dan tindakannya (disinilah dimungkinkan adanya pertimbangan moral). Kesediaan bertanggungjawab merupakan ciri khas dari makhluk bermoral, dan tanggungjawab disini adalah tanggungjawab pada diri kita sendiri dan juga tentunya pada *stakeholder*.[48]

2. Prinsip Kejujuran

Prinsip Kejujuran dalam hal ini adalah merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujur dalam pelaksanaan control terhadap konsumen, dalam hubungan kerja, dan sebagainya .[49]

Bisnis tidak akan bertahan lama jika tidak ada kejujuran, karena kejujuran merupakan modal utama untuk memperoleh kepercayaan dari mitra bisnisnya, baik berupa kepercayaan komersial, material, maupun moril. Kejujuran menuntut adanya

[48] Ernawan, *Etika Bisnis*, 35.
[49] Aziz, Etika *Bisnis Perspektif Islam*, 37.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

keterbukaan dan kebenaran. Terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang berkaitan dengan kejujuran.[50]

3. Prinsip Keadilan

Prinsip Keadilan yaitu bahwa setiap orang dalam berbisnis diperlukan sesuai dengan hanya masing-masing dan tidak ada yang boleh dirugikan.[51]

Prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan kreteria yang rasional obyektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan berarti tidak ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.[52]

4. Prinsip Saling Menguntungkan

Prinsip Saling Menguntungkan merupakan dalam bisnis yang kompetitif.[53]

Prinsip ini menuntut agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain. Dalam dunia bisnis, prinsip ini menuntut persaingan bisnis haruslah bisa melahirkan suatu *win-win situation.*[54]

5. Prinsip Integritas Moral

Prinsip Integritas Moral merupakan dasar dalam berbisnis, harus menjaga nama baik perusahaan tetap dipercaya dan

[50] Ernawan, *Etika Bisnis*, 36.
[51] Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 37.
[52] Ernawan, *Etika Bisnis*, 36.
[53] Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 37.
[54] Ernawan, *Etika Bisnis*, 37.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

merupakan perusahaan terbaik. [55]Prinsip ini menyerahkan dalam berbisnis selayaknya dijalankan dengan tetap menjaga nama baiknya dan nama baik perusahaan.[56]

Demikian pula dalam Islam, etika bisnis Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan pada al-qur'an dan al-Hadits, sehingga dapat diukur dengan aspek dasarnya yang meliputi:

1. Barometer ketaqwaan Seseorang. Allah SWT berfirman (QS. Al-Baqarah, 2: 188)

وَلَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ وَتُدْلُواْ بِهَآ إِلَى ٱلْحُكَّامِ لِتَأْكُلُواْ فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَٰلِ ٱلنَّاسِ بِٱلْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ١٨٨

Artinya: "Dan janganlah kalian memakan harta sebahagian yang lain dengan cara yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.[57]

Ayat ini berada persis setelah ayat-ayat yang berkaitan dengan ibadah Ramadhan (QS. 2: 183,184, 185, 186, dan 187), di masa output dari Ramadhan itu adalah Taqwa. Sehingga ayat ini menunjukkan bahwa salah satu ciri mendasar orang yang taqwa

[55] Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 37.
[56] Ernawan, *Etika Bisnis*, 37.
[57] Al-Quran, 2:188.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

adalah senantiasa bermuamalah dengan muamalah Islami (berbisnis secara Islami).

2. Mendatangkan keberkahan. Allah SWT berfirman (QS. Al-A'raf, 7: 96)

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ ٱلْقُرَىٰٓ ءَامَنُوا۟ وَٱتَّقَوْا۟ لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَٰتٍ مِّنَ ٱلسَّمَآءِ وَٱلْأَرْضِ وَلَٰكِن كَذَّبُوا۟ فَأَخَذْنَٰهُم بِمَا كَانُوا۟ يَكْسِبُونَ ﴿٩٦﴾

Artinya: "Jikalau sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi mereka mendustakan (ayat-ayat Kami) itu, maka Kami siksa mereka disebabkan perbuatannya.[58]

Harta yang diperoleh dengan cara yang halal dan baik akan mendatangkan keberkahan pada harta tesebut, sehingga pemanfaatan harta dapat lebih maksimal bagi dirinya maupun bagi orang lain, sebaliknya harta yang diperoleh dengan cara tidak halal atau tidak baik, meskipun berjumlah banyak namun tidak mendatangkan manfaat bahkan senantiasa menimbulkan kegelisahan dan selalu merasa kurang.

3. Mendapatkan derajat seperti Para Nabi, Shiddiqin dan Syuhada Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ أَبِي سَعِيْدٍ عَنْ النَّبِيَ صَلَى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ التَّا جِرُ الصَّدُوْقُ الأَمِيْنَ مَعَ النَّبِيِّيْن وَالصَّدِيْقِيْنَ وَالشُّهَدَاء (رواه الترمذي)

[58] Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 38.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Artinya: “Hannad menceritakan kepada kami, Qubaisah menceritakan kepada kami dari Sufyan dari Abu Hamzah dari Al-Hasan dari Abu Sa’id dari Nabi Saw bersabda, “pedagang yang jujur dan dapat dipercaya (amanah), ia beserta para Nabi, orang-orang yang jujur dan orang-orang yang mati Sahid.”[59]

4. Berbisnis merupakan sarana ibadah kepada Allah. Banyak ayat yang menggambarkan bahwa aktivitas bisnis merupakan sarana ibadah, bahkan perintah dari Allah. Diantaranya adalah (QS. At-Taubah, 9:105):

وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَٰلِمِ ٱلۡغَيۡبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمۡ تَعۡمَلُونَ ١٠٥

Artinya: “Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.[60]

[59] Moh Zuhri, *Terjemah Sunan At-Tirmidzi Jilid II* (Semarang: CV. Asy Syifa’, 1992), 561.
[60] Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 39.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id