BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini adalah untuk melihat sejauh mana orientasi dan posisi penelitian yang hendak dilakukan, berikut akan dipaparkan beberapa hasil penelitian terdahulu berkaitan dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian akan diberikan uraian singkat tentang penelitian yang telah dipublikasikan dengan yang masih belum dan akan dipublikasikan. Beberapa kajian terdahulu yang berhasil ditemukan oleh (calon) peneliti adalah sebagai berikut :

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	M. Rizal Aulia (2009)	Strategi Pemasaran Flexi PT. Telkom Kode Area (0336) Cabang Balung dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Strategi pemasaran, dan lebih menekankan pada perspektif etika bisnis Islam.	Perusahaan yang dijadikan tempat penelitian sama-sama memakai strategi pemasaran konvensional. Sama-sama meneliti tentang produk dan harga.

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	2	3	4	5
2.	Siti Aisah (2009)	Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran Produk Mitra Iqra' di Asuransi Bumi Putera 1912 Syariah Yogyakarta	Perbedaan yang ada diantara kedua penelitian ini yaitu berada pada objek yang diambilnya. Peneliti terdahulu mengambil pemasaran produk Mitra Iqra' sedangkan penulis mengambil pemasaran tembakau rajangan besuki.	Persamaan diantara kedua penelitian ini yaitu kedua peneliti sama-sama memandang pemasaran dalam etika Islam.
3.	Novi Halimatus Sholiha (2012)	Penentuan Harga di Industri Tahu Sumber Rejeki di Kecamatan Arjasa	Perbedaannya terletak pada pendekatan yang diambil oleh masing-masing peneliti. Peneliti	Persamaanya yaitu kedua peneliti melakukan penelitian kualitatif untuk mengetahui penetapan harga.

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

			terdahulu menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologik dan penentuan informan purposive.	
4.	Sundrawati (2015)	Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus di Toko Jesy Busana Muslim Bapangan Mendenrejo Blora)	Perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu peneliti terdahulu mengambil objek yang diteliti berupa toko busana sedangkan penulis mengambil objek berupa tembakau rajangan.	Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang membahas pemasaran secara Islami.
5.	Husain Dahnan	Eksistensi CV. Andromeda	Peneliti terdahulu lebih tertuju pada	Persamaannya terletak pada

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	2	3	4	5
	(2009)	Utama Untuk Menghadapi Persaingan Usaha Dalam Perspektif Manajemen Pemasaran Syari'ah 2009	bagaimana objek mempertahankan eksistensinya dalam menghadapi persaingan usaha.	metode penelitiannya yang menggunakan penelitian kualitatif deskriptif serta triangulasi sumber. Dalam kedua penelitian manajemen pemasaran juga berperan penting untuk hasil dari penelitian.
6.	Irwanto (2012)	Peran Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di PT. Bank Syari'ah Mandiri	Peneliti terdahulu memfokuskan manajemen pemasaran untuk meningkatkan loyalitas nasabah, sedangkan penulis memfokuskan	Kedua penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif

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	2	3	4	5
		Cabang Jember	manajemen pemasaran dalam produksi dan penetapan harga.	
7.	Ahmad Hudan Fauzi (2007)	Manajemen Pemasaran PT. Salsa Bela Jember Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	Peneliti terdahulu menilai manajemen pemasaran dalam perspektif etika bisnis Islam, sedangkan penulis menilai manajemen pemasaran berdasarkan perspektif ekonomi Islam.	Kedua peneliti sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.
8.	Siti Nur Azizah (2009)	Sistem Produksi dan Pemasaran Krupuk Barokah	Perbedaan dari kedua penelitian ini terletak pada objek penelitiannya,	Kedua penelitian ini sama-sama menggunakan rumusan masalah tentang produksi.

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	2	3	4	5
		Mangli Jember Dalam Ekonomi Islam	dimana peneliti terdahulu menggunakan Krupuk Barokah dan penulis menggunakan Tembakau Rajang Besuki sebagai objek penelitiannya.	
9.	Iltiqois Syafrini (2013)	Penentuan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Perusahaan Fatimah Bakery	Perbedaan yang ada dalam kedua penelitian ini ada dalam pembahasan yang diambilnya dimana peneliti terdahulu membahas penentuan harga jual sedangkan penulis	Persamaannya yaitu kedua peneliti sama-sama membahas penelitiannya berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

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	2	3	4	5
		Jember)	membahas manajemen pemasaran dalam produksi dan harga.	
10.	Nonik Jamila (2010)	Sistem Pemasaran Tembakau PT. Mangli Djaja Raja Jember Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Perbedaannya terletak pada objek penelitian yang dilakukan kedua peneliti.	Kedua penelitian ini sama-sama membandingkan penelitian dengan perspektif ekonomi Islam dan juga menggunakan metode penelitian kualitatif.

IAIN JEMBER

B. Kajian Teori

1. Produksi

a) Pengertian dan Ruang Lingkup Produksi

Menurut Adiwarman Karim, sesungguhnya produksi lahir dan tumbuh dari menyatunya manusia dengan alam.[16] Sedangkan menurut C.E Ferguson, produksi adalah menciptakan manfaat atas sesuatu benda.

[16] Adiwarman Karim. *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2007), 102.

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

Secara terminologi, kata produksi berarti menciptakan dan menambah kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu barang akan bertambah bila memberikan manfaat baru atau lebih dari semula. Secara umum, produksi adalah penciptaan guna (utility) yang berarti kemampuan suatu barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi tertentu.[17]

Dalam aktivitas produksinya, produsen mengubah berbagai faktor produksi menjadi barang dan jasa. Berdasarkan hubungannya dengan tingkat produksi, faktor produksi dibedakan menjadi faktor produksi tetap (*fixed input*) dan variabel (*variable input*).

b) Tujuan Produksi

Tujuan kegiatan produksi[18] adalah meningkatkan kemaslahatan yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk diantaranya :

1. Pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkatan moderat

   Tujuan produksi yang pertama sangat jelas, yaitu pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkatan moderat. Hal ini akan menimbulkan dua implikasi yaitu pertama, produsen hanya menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan, meskipun belum tentu keinginan konsumen karena keinginan manusia sifatnya tidak terbatas sehingga sering kali mengakibatkan ketidakjelasan antara keinginan dan apa yang benar-benar menjadi kebutuhan hidupnya.

[17] C.E. Ferguson. *Teori Ekonomi Mikro 2*, (Bandung : Tarsito, 1983), 1.
[18] P3 EI UII. *Ekonomi Islam*, (Jakarta : Rajawali Press, 2008), 231.

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

2. Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya

Meskipun produsen hanya menyediakan sarana kebutuhan manusia, namun hal ini bukan berarti produsen bersifat pasif dan reaktif terhadap kebutuhan manusia, yang mau memproduksi hanya berdasarkan pada permintaan konsumen. Produsen harus mampu menjadi sosok yang kreatif, proaktif, dan inovatif dalam menemukan barang dan jasa apa yang menjadi kebutuhan manusia dan kemudian memenuhi kebutuhan tersebut.

3. Menyiapkan persediaan barang/jasa di masa depan

Sikap proaktif ini juga harus berorientasi ke depan dalam artian ; pertama, harus mampu menghasilkan barang dan jasa yang bermanfaat bagi kehidupan di masa mendatang. Produsen harus mampu melakukan pengembangan produk yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Kedua, menyadari bahwa sumber daya ekonomi tidak hanya diperuntukkan bagi manusia yang hidup sekarang, tetapi juga untuk generasi mendatang. Orientasi ke depan ini yang mendorong produsen untuk terus menerus melakukan riset dan pengembangan yang bertujuan sebagai efisiensi dalam pengelolaan sumber daya ekonomi serta mencari teknologi produksi yang ramah lingkungan.

4. Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial

Tujuan terakhir yaitu pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial, tujuan produksi adalah mendapatkan berkah yang secara fisik belum

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

tentu dirasakan oleh produsen itu sendiri. Tujuan ini akan membawa implikasi yang luas, sebab produksi tidak akan selalu menghasilkan keuntungan materiil, namun harus mampu pula memberikan keuntungan bagi orang lain.

c) Faktor-faktor Produksi[19]

Meskipun terjadi perbedaan pendapat, beberapa ahli ekonomi Islam, sebagaimana ahli ekonomi konvensional, membagi faktor-faktor produksi menjadi empat, yaitu :

1) Sumber Daya Alam (SDA)
2) Sumber Daya Manusia (SDM)
3) Modal atau Kapital
4) Organisasi atau Manajemen

Berikut akan dijelaskan dari keempat faktor-faktor produksi di atas.

1) Sumber Daya Alam (SDA)

Tanah yang merupakan sumber alam meliputi segala sesuatu yang ada di dalam, di luar, ataupun di sekitar bumi yang menjadi sumber-sumber ekonomi, seperti pertambangan, pasir, tanah pertanian, sungai dan lain sebagainya. Bumi biasa diberdayakan untuk pertanian, peternakan, pendirian kawasan industri, perdagangan, sarana transportasi ataupun pertambangan.

[19] Idri, *Hadis Ekonomi : Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2015), 81.

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

2) Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan faktor produksi yang paling penting dari beberapa faktor produksi yang lain karena manusia yang memiliki inisiatif atau ide, mengorganisasi, memproses, dan memimpin semua faktor produksi. Dalam proses produksi sumber daya manusia disebut dengan tenaga kerja. Secara umum, tenaga kerja dibagi menjadi dua kategori :

Pertama, tenaga kerja kasar/buruh kasar, misalnya pekerja bangunan, pandai besi, dan sebagainya. Kedua, tenaga terdidik. Dalam Al-Qur'an diceritakan tentang tenaga ahli dalam cerita Nabi Yusuf yang diakui pengetahuannya oleh Raja Mesir (Kiffir al-'Aziz) sehingga dipercayai untuk mengurus dan menjaga gudang logistik. Hal ini menunjukkan bahwa faktor keahlian dan penguasaan ilmu pengetahuan sangat penting dalam bekerja.

3) Modal atau Kapital

Modal sebagai salah satu faktor produksi dapat diartikan sebagai semua bentuk kekayaan yang dapat dipakai langsung atau tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah *output*. Modal merupakan berbagai bentuk kekayaan yang memberikan penghasilan kepada pemiliknya atau suatu kekayaan yang dapat menghasilkan suatu hasil yang akan digunakan untuk menghasilkan suatu kekayaan lain. Modal (*capital*) merupakan bagian dari harta kekayaan yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa.

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

Modal merupakan segala kekayaan baik yang berwujud uang maupun bukan uang (gedung, mesin, perabotan, dan kekayaan fisik lainnya) yang dapat digunakan dalam menghasilkan *output*.

4) Organisasi atau Manajemen

Dalam sebuah produksi hendaknya terdapat sebuah organisasi untuk mengatur kegiatan dalam perusahaan. Dengan adanya organisasi setiap kegiatan produksi memiliki penanggung jawab untuk mencapai suatu tujuan perusahaan. Diharapkan semua individu dalam sebuah organisasi melakukan tugasnya masing-masing dengan baik dan profesional. Sebagai salah satu faktor produksi, organisasi merupakan pernaungan segala unsur-unsur produksi dalam satu usaha produksi baik industri, pertanian, maupun perdagangan.

Manajemen atau kecakapan tata laksana organisasi sering disebut dengan sebutan *entrepeneurship*. *Entrepeneurship* ini merupakan faktor produksi yang *intangible* (tidak dapat diraba), tetapi sekalipun demikian peranannya justru amat menentukan. Seorang *entrepeneurship* mengorganisasi ketiga faktor produksi lainnya agar dapat dicapai hasil yang terbaik.

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. Harga

a) Pengertian Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.[20]

Dari definisi tersebut kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut.

b) Tujuan Penetapan Harga

Dalam strategi penentuan harga, seorang pengusaha harus menetapkan dulu tujuan penetapannya. Tujuan ini berasal dari perusahaan itu sendiri yang selalu berusaha menetapkan harga barang dan jasa setepat mungkin.

Banyak perusahaan yang mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Disini kita dapat meninjau apakah yang menjadi tujuan bagi penjual dalam menetapkan harga pada produknya.

Tujuan-tujuan tersebut antara lain :

1. Meningkatkan penjualan
2. Mempertahankan dan memperbaiki *market share*
3. Stabilisasi harga

[20] Basu Swastha DH, Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty, 2008), 241.

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. Mencapai target pengembalian investasi
5. Mencapai laba maksimum

c) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga[21]

Dalam kenyataan, tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti :

1. Kondisi perekonomian; sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode resesi misalnya, merupakan suatu periode dimana harga berada pada suatu tingkat yang lebih rendah.
2. Penawaran dan Permintaan; *permintaan* adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta akan semakin besar. Sedangkan *penawaran* adalah merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan sebelumnya.
3. Elastisitas Permintaan; sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

[21] Ibid,. 242.

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. Persaingan; harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Barang-barang dari hasil pertanian tembakau misalnya, dijual dalam keadaan persaingan murni (*pure competition*).
5. Biaya; biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian, begitupun sebaliknya.
6. Tujuan perusahaan; tujuan-tujuan yang hendak dicapai antara lain : laba maksimum, volume penjualan tertentu, penguasaan pasar, kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.
7. Pengawasan pemerintah; juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat berbentuk : penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktik-praktik lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

d) Prosedur Penetapan Harga[22]

Jika tujuan penetapan harga sudah ditentukan, maka manajemen dapat mengalihkan perhatian pada prosedur penentuan harga barang atau jasa yang ditawarkan. Tidak semua perusahaan menggunakan prosedur yang sama. Namun kita dapat menggunakan prosedur penetapan harga sebagai berikut :

1. Mengestimasikan permintaan untuk barang produksi

[22] Ibid., 247.

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

2. Mengetahui lebih dulu reaksi dalam persaingan
3. Menentukan *market share* yang dapat diharapkan
4. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar
5. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan

4. Kedudukan Manajemen dalam Syariah Islam[23]

Perbuatan manusia menurut pendekatan syariah dapat berbentuk ibadah dan bisa berbentuk muamalah. Suatu perbuatan ibadah pada asalnya tidak boleh dilakukan kecuali ada dalil atau ketentuan yang terdapat dalam Al-Quran dan Hadits, yang menyatakan bahwa perbuatan itu harus atau boleh dilakukan. Sedang dalam muamalah pada asalnya semua perbuatan boleh dilakukan kecuali ada ketentuan dalam Al-Quran dan Hadits yang melarangnya.

Perbuatan ibadah adalah yang dinyatakan oleh Al-Quran dan Hadits tentang cara-cara beribadah seperti salat, puasa, haji, dan lain-lain. Baik tata cara, waktu maupun tempatnya dengan tegas dan jelas telah ditetapkan dalam Al-Quran dan Hadits. Tidak boleh ditambah, dikurangi atau diubah.

Sedangkan perbuatan muamalah adalah semua perbuatan yang bersifat duniawi yang asalnya adalah mubah, yaitu boleh dan dapat dilakukan dengan bebas, sepanjang tidak ada larangan di dalam Al-Quran dan Hadits, dan tidak bertentangan dengan aturan-aturan akhlak.

[23]Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Edisi Revisi, (Jakarta : Pustaka Alvabet, 2006), 85.

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 mewajibkan para penguasa dan para pengusaha untuk berbuat adil, jujur dan amanah demi terciptanya kebahagiaan manusia (*falah*) dan kehidupan yang baik (*hayatan thayyibah*) yang sangat menekankan aspek persaudaraan (*ukhuwah*), keadilan sosio-ekonomi dan pemenuhan kebutuhan spiritual umat manusia. Umat manusia yang memiliki kedudukan yang sama di sisi Allah sebagai khalifah dan sekaligus sebagai hamba-Nya tidak akan dapat merasakan kebahagiaan dan ketenangan batin kecuali bila kebutuhan-kebutuhan material dan spiritual telah terpenuhi. Tujuan utama syariat adalah memelihara kesejahteraan manusia yang mencakup perlindungan keimanan, kehidupan, akal, keturunan dan harta benda mereka.

Unsur-unsur manajemen terdiri dari:[24]

a. Perencanaan

Semua dasar dan tujuan manajemen seperti tersebut di atas haruslah terintegrasi, konsisten dan saling menunjang satu sama lain. Untuk menjaga konsistensi ke arah pencapaian tujuan manajemen maka setiap usaha itu harus didahului oleh proses perencanaan yang baik. Allah berfirman dalam Surah Al-Hasyr ayat 18 :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَلۡتَنظُرۡ نَفۡسٞ مَّا قَدَّمَتۡ لِغَدٖۖ
وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرُۢ بِمَا تَعۡمَلُونَ ١٨[25]

[24] Ibid., 97.
[25] Al-Qur'an, 59:18

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

”Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Hasyr : 18)

b. Pengorganisasian

شَرَعَ لَكُم مِّنَ ٱلدِّينِ مَا وَصَّىٰ بِهِۦ نُوحًا وَٱلَّذِىٓ أَوْحَيْنَآ إِلَيْكَ وَمَا وَصَّيْنَا بِهِۦٓ إِبْرَٰهِيمَ وَمُوسَىٰ وَعِيسَىٰٓ ۖ أَنْ أَقِيمُوا۟ ٱلدِّينَ وَلَا تَتَفَرَّقُوا۟ فِيهِ ۚ كَبُرَ عَلَى ٱلْمُشْرِكِينَ مَا تَدْعُوهُمْ إِلَيْهِ ۚ ٱللَّهُ يَجْتَبِىٓ إِلَيْهِ مَن يَشَآءُ وَيَهْدِىٓ إِلَيْهِ مَن يُنِيبُ ﴿١٣﴾[26]

”Dia telah mensyari'atkan bagi kamu tentang agama apa yang telah diwasiatkan-Nya kepada Nuh dan apa yang telah Kami wahyukan kepadamu dan apa yang telah Kami wasiatkan kepada Ibrahim, Musa dan Isa Yaitu: Tegakkanlah agama dan janganlah kamu berpecah belah tentangnya. Amat berat bagi orang-orang musyrik agama yang kamu seru mereka kepadanya. Allah menarik kepada agama itu orang yang dikehendaki-Nya dan memberi petunjuk kepada (agama)-Nya orang yang kembali (kepada-Nya).” (QS. As-Syuura : 13)

Kalimat “tegakkan agama” dalam ayat tersebut berarti mengatur kehidupan dengan rapi, dan kalimat “janganlah berpecah belah” berarti kita diperintahkan untuk mengorganisasikan kehidupan kita dengan sebaik-baiknya. Pengorganisasian atau perencanaan dan pengembangan organisasi adalah meliputi pembagian kerja yang logis, penetapan garis tanggung jawab dan wewenang yang jelas, pengukuran pelaksanaan dan prestasi yang dicapai.

[26] Al-Qur’an, 42:13

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

c. Pengawasan

Kata pengawasan dipakai sebagai arti harfiah dari kata *controlling.* Dengan demikian pengertian pengawasan meliputi segala kegiatan penelitian, pengamatan dan pengukuran terhadap jalannya operasi berdasarkan rencana yang telah ditetapkan, penafsiran dan perbandingan hasil yang dicapai dengan standar yang diminta, melakukan tindakan koreksi penyimpangan, dan perbandingan antara hasil (*output*) yang dicapai dengan masukan (*input*) yang digunakan.

Proses Pengawasan :[27]

Dari pengertian di atas maka menurut prosesnya, pengawasan meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

1) Menentukan standar sebagai ukuran pengawasan.
2) Pengukuran dan pengamatan terhadap jalannya operasi berdasarkan rencana yang telah ditetapkan.
3) Penafsiran dan perbandingan hasil yang dicapai dengan standar yang diminta.
4) Melakukan tindakan koreksi terhadap adanya penyimpangan.
5) Perbandingan hasil akhir (*output*) dengan masukan (*input*) yang digunakan.

Dalam teori ekonomi seorang produsen atau pengusaha harus mengambil dua macam keputusan :

1) Berapa output yang harus diproduksi

[27]Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah,* Edisi Revisi, (Jakarta : Pustaka Alvabet, 2006), 116.

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

2) Berapa dan dalam kombinasi bagaimana faktor-faktor produksi (atau input) digunakan.

Semuanya diputuskan dengan menganggap bahwa produsen/ pengusaha selalu berusaha mencapai keuntungan yang maksimum. Namun satu hal yang harus diperhatikan bahwa semuanya di atas adalah penyederhanaan perilaku seorang pengusaha agar mempermudah dalam melakukan analisis terhadap perilaku produsen.

d. Perspektif Ekonomi Islam

1. Pemasaran dalam Perspektif Hadits Nabi

Istilah pemasaran atau *marketing* tidak banyak dikenal pada masa Nabi. Saat itu konsep yang banyak dikenal adalah jual beli (*bay'*) yang memang sudah ada sebelum Islam datang. Pemasaran dapat dilakukan melalui komunikasi silaturahmi dalam rangka untuk memperkenalkan produk atau barang dagangan. Rasulullah pernah kedatangan seorang laki-laki yang selalu ditolak oleh kerabatnya untuk menyambung hubungan silaturahmi, tetapi ia tetap bersabar menyambung tali silaturahmi itu, sebagaimana dalam hadits berikut :

عَنْ أَبِيْ هُرَيْرَةَ أَنَّ رَجُلاً قَالَ يَا رَسُوْلَ اللهِ إِنَّ لِيْ قَرَابَةً أَصِلُهُمْ وَيَقْطَعُونِي وَأُحْسِنُ إِلَيْهِمْ وَيُسِئُونَ إِلَيَّ وَأَحْلُمُ عَنْهُمْ وَيَجْهَلُوْنَ عَلَيَّ فَقَالَ لإِنْ كُنْتَ كَمَا قُلْتَ فَكَأَنَّمَا تُسِفُّهُمْ الْمَلَّ وَلاَ يَزَالُ مَعَكَ مِنَ اللهِ ظَهِيْرٌ عَلَيْهِمْ مَا دُمْتَ عَلَى ذَلِكَ (رواه مسلم)[٢٨]

[28]Muslim Bin Al Khujaj Abu Al Hasan Al Qusyairi An Naisaburi, *Shahih Muslim,* (Beirut : Daarul Ikhya' At-Turats Al Arabiy), 1982 juz 4.

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

”Dari Abu Hurayrah bahwasannya seorang laki-laki berkata, ”Wahai Rasulullah, sesungguhnya aku mempunyai kerabat. Aku selalu menyambung hubungan baik, tapi mereka selalu memutuskannya. Aku berbuat baik kepada mereka tapi mereka selalu berbuat buruk kepadaku. Aku selalu bersikap bijak kepada mereka tetapi mereka berbuat bodoh kepadaku.” Rasulullah bersabda, ”Seandainya keadaannya seperti yang kamu katakan, maka seakan-akan mereka itu minum abu panas. Allah senantiasa memberikan pertolongan kepadamu selama kamu selalu dalam keadaan seperti itu.” (HR. Muslim)

Ada beberapa pelajaran yang dapat dipetik dari sikap tersebut, terutama bagi orang yang ingin sukses dalam melakukan pemasaran :

Pertama, sabar dalam melaksanakan tugas meskipun selalu mendapat rintangan dan hambatan. Allah SWT. memerintahkan agar umat Islam senantiasa bersabar menghadapi segala hal cobaan, sebagaimana firman-Nya dalam Surah Al-Ahqaaf ayat 35 :

فَٱصۡبِرۡ كَمَا صَبَرَ أُوْلُواْ ٱلۡعَزۡمِ مِنَ ٱلرُّسُلِ..... ٣٥ [29]

“Maka bersabarlah kamu seperti orang-orang yang mempunyai keteguhan hati dari rasul-rasul telah bersabar…….....” (QS. Al-Ahqaaf : 35)

Kedua, tekun dan tabah. Sahabat Nabi yang dijelaskan dalam hadits di atas selalu berusaha untuk menyambung tali silaturahmi dan tabah menghadapi menghadapi segala kemungkinan termasuk celaan dan hinaan.

Ketiga, tidak marah meskipun diperlakukan secara kasar dan bahkan tidak manusiawi. Tidak jarang orang yang menawarkan

[29] Al-Qur’an, 46:35

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

barang atau jasa mendapat perlakuan yang tidak sopn dari calon pelanggannya.

Keempat, senantiasa menjaga akhlak mulia dalam menghadapi orang lain, baik orang itu menyukai maupun tidak menyukainya. Seseorang yang berprofesi sebagai pebisnis sangat dianjurkan untuk menjaga akhlak mulia baik kepada rekan bisnis, pelanggan, karyawan, bahkan kepada saingan bisnis sekalipun.

Kelima, suka memaafkan orang-orang yang pernah melakukan kesalahan atau kekhilafan. Dalam memasarkan barang terkadang ada orang yang berlaku negatif kepada pemasar baik karena merasa terganggu atau tidak suka pada barang yang ditawarkan maupun karena faktor-faktor lain.

Keenam, bersikap lemah lembut kepada semua orang termasuk pada calon pelanggan. Sikap lemah lembut membuat orang lain senang karena diperlakukan dengan santun sehingga orang menjadi tertarik baik pada pemasar maupun barang atau jasa yang ditawarkan.

2. Konsep Produksi dalam Hadits Nabi

Rasulullah sangat menghargai umatnya yang selalu bekerja dan berproduksi dalam rangka memenuhi kebutuhan material dan spiritualnya.[30]

[30] Idri, *Hadis Ekonomi : Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2015), 64.

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

Dalam hadist riwayat Abu Hurayrah , Nabi bersabda :

عَنْ اَبِى هُرَيْرَةَ قَالَ سَمِعْتُ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُوْلُ : لَأَنْ يَغْدُوَ أَحَدُكُمْ فَيَحْطِبَ عَلَى ظَهْرِهِ فَيَتَصَدَّقَ بِهِ وَيَسْتَغْنِيَ بِهِ مِنَ انَّاسِ خَيْرٌ لَهُ مِنْ أَنْ يَسْأَلَ رَجُلًا أَعْطَاهُ أَوْ مَنَعَهُ ذَلِكَ فَإِنَّ الْيَدَ اْلعُلْيَا أَفْضَلُ مِنَ اْليَدِ السُفْلَى وَابْدَأْ بِمَنْ تَعُوْلُ (رواه مسلم) [٣١]

"Dari Abu Hurayrah r.a., katanya, aku mendengar Rasulullah SAW bersabda, "Hendaklah seseorang diantara kalian berangkat pagi-pagi sekali mencari kayu bakar, lalu bersedekah dengannya dan menjaga diri (tidak meminta-minta) dari manusia lebih baik daripada meminta kepada seseorang baik diberi ataupun tidak. Tangan di atas lebih baik daripada tangan di bawah. Mulailah (memberi) kepada orang yang menjadi tanggung jawabmu." (HR. Muslim)

Hadits tersebut di atas menjelaskan tentang beberapa hal terkait dengan aktivitas ekonomi, yaitu : (a) dorongan untuk rajin bekerja, (b) dorongan untuk bekerja dan berproduksi, (c) dorongan untuk melakukan distribusi, (d) dorongan untuk hidup ksatria dengan tidak meminta-minta, dan (e) dorongan untuk bertanggung jawab dalam ekonomi keluarga.

Dalam perspektif Islam, semua kegiatan usaha termasuk dalam kategori ibadah. Sebab, bekerja yang produktif akan membantu manusia dalam menunaikan ibadah-ibadah wajib, seperti : shalat, zakat, puasa, haji, dan lain sebagainya. Bahkan Rasulullah SAW. mendorong untuk bekerja dan berproduksi serta melarang

[31]Muslim Bin Al Khujaj Abu Al Hasan Al Qusyairi An Naisaburi, *Shahih Muslim*, (Beirut : Daarul Ikhya' At-Turats Al Arabiy), 721 juz 2.

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

penganggguran walaupun manusia memiliki modal financial yang mencukupi.

Sedangkan dalam Fiqih Muamalah, kata *muamalah* adalah *masdar* dari kata *'amala* yang artinya saling bertindak, saling berbuat, dan saling beramal.[32] Pengertian fiqih muamalah dalam arti sempit (*khas*), menurut Idris Ahmad : "Muamalah adalah aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam usahanya untuk mendapatkan alat-alat keperluan jasmaninya dengan cara yang paling baik".

Menjalankan aktivitas produksi haruslah diperhatikan aspek kehalalannya. Dalam ekonomi Islam, tidak semua aktivitas yang menghasilkan barang atau jasa disebut sebagai aktivitas produksi, karena aktivitas produksi sangat terkait erat dengan halal haramnya suatu barang atau jasa dan juga cara memperolehnya. Hal ini berbeda dengan konsep produksi dalam tatanan ekonomi konvensional yang tidak mengenl istilah halal haram, karena yang menjadi prioritas kerja sistem ekonomi ini adalah memenuhi keinginan pribadi dengan mengumpulkan laba, harta, dan uang, tanpa mempersoalkan apakah produksi itu halal atau haram.[33]

[32] Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2001), 14.
[33] Mohammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1996), 46.

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