

DISTRIBUSI



Jurnal Ilmiah Ekonomi Edisi Ke XXXIII Tahun Ke XXII

Kajian Tentang Pembalikan Harga-Harga Saham Jangka Pendek Berdasarkan Hipotesis Reaksi-Lebih atau Hipotesis Informasi Takpasti

Ni Ketut Surasni, Baiq Nurul Suryawati, Handri Amien Effendi

Implementasi Syariat Islam dan Dampaknya Terhadap Equilibrium Perusahaan

S a h r i, Akung Daeng, Mahyuddin Nasir

Tinjauan Aspek Finansial Pembangunan dan Pengembangan Pasar Tradisional Kabupaten Lombok Utara Tahun 2013

Sujadi

Estimasi Variasi Jumlah Wisatawan yang Menginap di Hotel Setiap Bulan dengan Menggunakan Komponen Runtun Waktu di Nusa Tenggara Barat Tahun 2012 - 2016

Akhmad Jufri, Satarudin

Pengukuran Kinerja PT.BPR Segara Anak Kencana dengan Pendekatan Balanced Scorecard

Burhanudin dan Murah

Dampak Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Terhadap Pertumbuhan Kesempatan Kerja di Kota Mataram

St Maryam

Fakultas Ekonomi Universitas Mataram

Penerbit :
Fak. Ekonomi Unram

DISTRIBUSI
JURNAL ILMIAH EKONOMI
ISSN 0853 – 957 EDISI KE XXXIII TAHUN KE XXII JUNI 2013 VOL. 1

Pemimpin Umum / Penanggung Jawab Prof. H. Thatok Asmony, MBA.DBA
(Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mataram)

Editor

Prof. Dr. H. Mansur Afifi
Dr. Surati, SE., M. Si.
Dr. Taufiq Chaidir, M. Si.
Sulhaini, SE, M.Sc., Ph.D
Dr. Wahyunadi
Dr. M. Ali Fikri, MSA

Penyunting Ahli (Mitra Bestari)

Prof. Sutjipto Ngumar, Ph.D, Ak. (STIESA Surabaya)
Prof. M. Safi'I Idrus, SE, M.Sc., Ph.D (UNIBRAW Malang)
Prof. Dr. Umar Nimran (UNIBRAW Malang)
Prof. Dr. Wan Usman (UT Jakarta)
Prof. Dr. Ahmadi Rilam (UNPAD Bandung)
Dr. Ahmad Rifa'I (UNRAM Mataram)

Redaktur Pelaksana

Irwan Suriadi, SE., M. Si.
Ade Paranata, SE, M.Si.

Alamat Penerbit

Fakultas Ekonomi Universitas Mataram
Jalan Majapahit No. 62 Mataram
Telp (0370) 631935, 639710
Fax. (0370) 631802
e-mail : distribusifeunram@yahoo.co.id

Terbit 2 kali setahun
(Bulan Juni dan Desember)

DAFTAR ISI

<i>Ni Ketut Surasni, Baiq Nurul Suryawati, Handri Amien Effendi</i> Kajian Tentang Pembalikan Harga-Harga Saham Jangka Pendek Berdasarkan Hipotesis Reaksi-Lebih Atau Hipotesis Informasi Takpasti	1-15
<i>S a h r i, Akung Daeng, Mahyuddin Nasir</i> Implementasi Syariat Islam Dan Dampaknya Terhadap Equilibrium Perusahaan	16-28
<i>Sujadi</i> Tinjauan Aspek Finansial Pembangunan Dan Pengembangan Pasar Tradisional Kabupaten Lombok Utara Tahun 2013	29-45
<i>Akhmad Jufri, Satarudin</i> Estimasi Variasi Jumlah Wisatawan Yang Menginap Di Hotel Setiap Bulan Dengan Menggunakan Komponen Runtun Waktu Di Nusa Tenggara Barat Tahun 2012 – 2016	46-59
<i>Burhanudin dan Murah</i> Pengukuran Kinerja Pt.Bpr Segara Anak Kencana Dengan Pendekatan Balanced Scorecard	60-76
<i>St Maryam</i> Dampak Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Terhadap Pertumbuhan Kesempatan Kerja Di Kota Mataram	77-88

IMPLEMENTASI SYARIAT ISLAM DAN DAMPAKNYA TERHADAP EQUILIBRIUM PERUSAHAAN

S a h r i, Akung Daeng¹, Mahyuddin Nasir²
Universitas Mataram

ABSTRACT

Production activities of a company, in principle, is a response to consumption activities. In Islamic perspective, production is not only getting highest profit oriented, although getting profit is not prohibited.

An Islamic company, with the same cost structures, has a higher ballance of output and price than non Islamic one. It means that Islamic company get a higher price and output; so that it will gives a higher profit. However, Islamic producer cannot be called as a profit maximizer. Falah optimization has to be a goal of production, as well as consumption, a happiness in the world and hereafter.

In macro level, an economic with higher price and higher capacity of output show an increase of societies welfare. Therefore, a company with Islamic management will not only provide greater profits, but also a higher level of welfare for whole society.

Key words : Production, Equilibrium, Profit Maximization, Falah Optimization.

ABSTRAK

Kegiatan produksi suatu perusahaan pada prinsipnya merupakan respon terhadap kegiatan konsumsi. Produksi dalam perspektif Islam tidak hanya berorientasi untuk memperoleh keuntungan yang setinggi-tingginya, meskipun mencari keuntungan juga tidak dilarang. Suatu perusahaan dengan struktur biaya yang sama memiliki output keseimbangan dan harga keseimbangan yang lebih tinggi pada perusahaan yang Islami dibandingkan dengan perusahaan yang tidak Islami. Ini berarti bahwa perusahaan yang Islami memperoleh harga yang lebih tinggi dan dengan jumlah output yang lebih banyak; dan tentunya akan memberikan tingkat keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan yang Islami. Namun produsen yang Islami tidak dapat disebut sebagai profit maximizer. Optimalisasi falah harus menjadi tujuan produksi, sebagaimana juga konsumsi, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat. Secara makro, harga yang lebih tinggi dan dengan jumlah output yang lebih banyak dalam suatu perekonomian menunjukkan adanya peningkatan dalam kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu, perusahaan yang dikelola secara Islami tidak saja memberikan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan, tetapi juga akan memberikan tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi bagi masyarakat secara keseluruhan.

¹Dosen Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Mataram, ✉: akungdaeng@yahoo.com . Alamat: Jalan Majapahit No. 62, Mataram, Gedung FE UNRAM. Lantai 1.

²Dosen Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Mataram,

Kata Kunci: Produksi, Keseimbangan, Profit Maximize, Optimalisasi falah

PENDAHULUAN

Penduduk dunia yang beragama islam sebagian besar menempati benua Asia, Afrika, dan Eropa. Populasi penduduk muslim yang tinggal di tiga benua tersebut pada tahun 2004 adalah sebanyak 1,4 milyar jiwa atau sekitar seperlima dari total penduduk dunia. Di negara – negara seperti Indonesia, Banglades, Brunai, Pakistan, Iran, Afganistan, Senegal, Turki, Afrika Selatan, dan negara – negara Timur Tengah; populasi penduduk muslim lebih dari 80 % dari jumlah penduduk masing-masing negara.

Populasi penduduk muslim yang tinggal di berbagai negara demikian banyaknya, namun penerapan syariat Islam dalam segala aspek kehidupan masyarakatnya masih belum kaffah. Sejak runtuhnya Khalifah Utsmaniyah di Turki pada tahun 1924 hingga saat ini belum ada suatu negara pun yang mayoritas penduduknya muslim menerapkan syariat Islam secara kaffah (utuh), dan yang ada adalah penerapan syariat Islam secara parsial atau tidak utuh. Walaupun demikian, beberapa negara seperti Arab Saudi, Iran, dan Pakistan telah berupaya serius untuk melaksanakan syariat Islam dalam segala aspek kehidupan masyarakatnya termasuk dalam kegiatan bisnis (usaha).

Keharusan melaksanakan syariat Islam secara kaffah, niscaya menjadi pijakan yang sangat kokoh akan keharusan keberadaan syariat dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Lebih dari itu, sejarah umat yang telah terukir berabad-abad lamanya, baik pada skala lokal, nasional maupun global, ternyata juga membuktikan bahwa syariat Islam itu memang rahmatan lil alamin, sehingga pastilah ia dapat terwujud

dalam segala aspek kehidupan masyarakat termasuk dalam kegiatan bisnis.

Tulisan ini mencoba untuk melihat implementasi syariat Islam dalam kegiatan ekonomi masyarakat, terutama dalam bidang bisnis .Sistematika tulisan ini dibagi menjadi beberapa bagian. Bagian pertama membahas kegiatan ekonomi dilihat dari aspek syariah. Bagian pertama ini menjelaskan tentang kewajiban setiap kaum muslimin untuk mencari nafkah dalam upaya memenuhi kebutuhan hidupnya, dan sebagai bekal untuk dapat melakukan ibadah. Pada bagian kedua membahas prinsip prinsip produksi dalam Islam, yaitu membahas keterkaitan erat antara konsumsi dan produksi dalam mencapai falah di dunia dan di akhirat. Pada bagian ketiga yang merupakan bagian terakhir, membahas keseimbangan (*equilibrium*) perusahaan yang tidak Islami dan perusahaan yang Islami.

PEMBAHASAN

1. Kegiatan Ekonomi Dilihat dari Aspek Syariah

Ajaran Islam tidaklah berhenti pada keimanan (akidah) saja. Setelah dipercayai (diimani), pertanyaan berikutnya adalah apa yang selanjutnya harus dilakukan? Manakah yang harus ditempuh? Manakah yang benar dan manakah yang salah? Apa yang mesti dikerjakan dan apa pula yang harus dihindari? Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan diatas diberikan oleh syariah.

Syariahterdiri dari dua bagian, yakni bagian ibadah yang mengatur hubungan antara manusia dengan Allah (*hablum minallah*), dan bagian rnuamalah yang mengatur hubungan antara sesama manusia

(*hablum minannas*). Bagian ibadah terangkum dalam Rukun Islam yang lima (syahadat, shalat, shaum, zakat, dan haji). Sedangkan bagian muamalah mencakup semua aspek hidup manusia dalam interaksinya dengan manusia lain, mulai dari kegiatan sosial, politik, dan juga kegiatan ekonomi.

Banyak orang menganggap bahwa syariat Islam tidak memperhatikan aspek

ekonomi. Keduanya (syariah dan ekonomi) dianggap sebagai dua hal yang bertentangan dan tidak akan pernah bertemu. Mereka menganggap ekonomi berhubungan dengan aspek materi dalam kehidupan, sementara syariah Islam mengurus aspek rohani. Dalam syariah Islam, anggapan seperti itu tidak bisa dibenarkan. Dalam Al-Qur'an surat Al Jumu'ah, ayat 10, Allah Swt. berfirman :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

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

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ
وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan (QS. : Al Mulk, ayat 15)

Ayat-ayat tersebut menunjukkan bahwa berusaha mencari rezeki (kegiatan ekonomi) adalah kewajiban bagi setiap muslim. Umat Islam dituntut untuk memiliki kemampuan dan kemauan dalam berusaha. Nabi Swa. pernah bersabda : *Berusaha mendapatkan nafkah yang halal adalah kewajiban di samping tugas-*

tugas lainnya yang telah diwajibkan (HR. Baihaqi). Dalam banyak hadits juga disebutkan perintah untuk berusahademi memenuhi kebutuhan hidup dan larangan menggantungkan diri kepada belas kasihan orang lain. Rasulullah Swa. bersabda :

عَنِ الْمَقْدَامِ بْنِ مَعْدِي كَرَبِ الْكَنْدِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ
ﷺ قَالَ (مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرٌ مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ
عَمَلِ يَدِهِ، وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ
عَمَلِ يَدِهِ)

Dari Miqdam bin Ma'di Karb Al-Kindi r.a .bahwa Rasulullah Swa.telah bersabda : Tidak ada makanan yang lebih baik bagi seseorang daripada makanan yang dihasilkan oleh kerja kerasnya sendiri. Sesungguhnya Nabi Dawud a.s. makan dari hasil kerjanya sendiri. (HR. Bukhari, nomor : 2072)

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ (لَأَنْ يَحْتَطِبَ أَحَدُكُمْ حُزْمَةً عَلَى ظَهْرِهِ خَيْرٌ لَهُ مِنْ أَنْ يَسْأَلَ أَحَدًا فَيُعْطِيَهُ أَوْ يَمْنَعَهُ)

Dari Abu Hurairah r.a., ia berkata : Rasulullah Swa. telah bersabda : Salah seorang di antara kalian mencari seikat kayu bakar yang ia pikul dengan punggungnya, dan menjualnya adalah lebih baik daripada ia meminta-minta kepada orang lain, baik ia diberi maupun tidak diberi. (HR. Bukhari, nomor : 2074)

Berdasarkan ayat-ayat Al-Qur'an dan hadits tersebut setiap muslim dituntut untuk melakukan berbagai usaha dalam upaya memenuhi kebutuhan hidupnya, dan sebagai bekal untuk dapat melakukan ibadah; seperti membayar zakat dan melaksanakan haji. Tanpa melakukan suatu kegiatan usaha, maka seorang muslim akan menjadi beban bagi orang lain, dan tidak mampu membayar zakat, sedekah, dan melakukan haji.

Apapun usaha yang dilakukan seorang muslim, selama itu merupakan pekerjaan yang halal dan sesuai dengan syariah, maka ia adalah pekerjaan yang baik dan membawa berkah. Seseorang pernah bertanya pada Nabi Saw, jenis penghasilan mana yang terbaik. Nabi Saw. menjawab : "hasil kerja seseorang dengan tangannya sendiri dari setiap transaksi perdagangan yang disetujui" (HR. Ahmad). Pada masa Nabi Saw. , mata pencaharian mayoritas kaum Muhajirin adalah berdagang, sementara mayoritas kaum Anshar adalah bertani. Ada

juga sebagian kaum Muhajirin yang bekerja sebagai buruh tani, mereka menggarap lahan yang dimiliki oleh kaum Anshar. Demikian juga kaum Anshar, ada beberapa orang yang menjadi pedagang sukses (Al- Fauzan, 2007).

Selain berdagang dan bertani, syariah Islam juga mendorong kegiatan industri. Beberapa ayat Al-Qur'an menjelaskan bahwa para Nabi sebelum Nabi Saw. sering bersinggungan dengan masalah industri. Nabi Nuh menangani pembuatan perahu, Nabi Ibrahim dan Nabi Ismail membangun Baitullah, Nabi Dawud seorang tukang pandai besi yang membuat pedang dan sejenisnya, dan Dzul Qarnain memanfaatkan perunggu yang telah dicairkan (Qardawi, 2004). Dengan demikian, syariat Islam membolehkan umat Islam untuk berusaha pada berbagai bidang usaha, seperti berdagang atau sebagai produsen; yang ditekankan adalah harus sesuai dengan syariah Islam.

2. Prinsip Prinsip Produksi Dalam Islam

Kegiatan produksi merupakan mata rantai dari konsumsi dan distribusi. Kegiatan produksilah yang menghasilkan barang dan jasa, kemudian dikonsumsi oleh para konsumen. Tanpa produksi maka kegiatan ekonomi akan berhenti, demikian pula sebaliknya. Untuk menghasilkan barang dan jasa kegiatan produksi melibatkan banyak faktor produksi. Pada umumnya faktor produksi ini terdiri atas alam, tenaga kerja, modal dan kewirausahaan. Keempat faktor produksi ini bekerja asama satu dengan lainnya untuk menghasilkan barang dan jasa. Dalam produksi permasalahan yang muncul tidak hanya berkenaan dengan apa tujuan dan prinsip dasar dalam produksi, tetapi juga bagaimana pengorganisasian faktor produksi serta penentuan harga input maupun output yang sesuai dengan tujuan dari produksi.

Dalam ekonomi konvensional, permintaan faktor produksi ditentukan oleh permintaan barang dan jasa yang dihasilkan. Artinya, permintaan faktor produksi itu timbul disebabkan oleh adanya permintaan barang dan jasa yang dihasilkan dengan menggunakan faktor produksi tersebut. Dengan demikian, penggunaan faktor produksi akan dialokasikan untuk memproduksi barang dan jasa yang diminta oleh konsumen tanpa melihat apakah barang dan jasa tersebut dapat merusak nilai-nilai moralitas.

Berbeda dengan prinsip produksi dalam ekonomi konvensional, dalam ekonomi Islam, pada prinsipnya kegiatan produksi, sebagaimana konsumsi, terikat sepenuhnya dengan syari'at Islam. Seperti yang dikemukakan oleh Kaaf (2002) bahwa kegiatan produksi dalam

perspektif Islam adalah sebagai usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya, tetapi juga moralitas, sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana digariskan dalam agama Islam, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat. Sedangkan Ul Haq (1996) menyatakan bahwatujuan dari produksi adalah memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang merupakan fardlu kifayah, yaitu kebutuhan yang bagi banyak orang pemenuhannya adalah bersifat wajib. Dengan kata lain, kebutuhan ini merupakan hal mendasar dan penting bagi masyarakat. Sementara itu, Siddiqi (Anto, 2003), lebih memfokuskan pada pentingnya sikap produsen untuk berpegang kepada nilai keadilan dan kebajikan/kemanfaatan (*maslahah*) bagi masyarakat.

Menurut pandangan Siddiqi, sepanjang produsen telah bertindak adil dan membawa kebajikan bagi masyarakat maka ia telah bertindak Islami. Untuk itu kegiatan produksi tentu saja harus senantiasa berpedoman kepada nilai-nilai keadilan dan kebajikan bagi masyarakat. Secara lebih spesifik Siddiqi menyebutkan 3 prinsip pokok produsen yang Islami, yaitu:

- Memiliki komitmen yang penuh terhadap keadilan
- Memiliki dorongan untuk melayani masyarakat (untuk mencapai kesejahteraan), sehingga segala keputusan perusahaan harus mempertimbangkan hal ini.
- Optimasi keuntungan diperkenankan dengan batasan kedua prinsip di atas.

Produsen harus memiliki komitmen yang tinggi terhadap keadilan dan kebajikan, sehingga nilai keadilan dan kebajikan harus menjadi pedoman bagi kegiatan ekonomi dan bisnisnya. Kesejahteraan bagi masyarakat

secara keseluruhan juga harus menjadi tujuan dari kegiatan produksi, baik produksi secara makro maupun mikro. Dengan batasan kedua prinsip ini, maka produsen dapat memaksimumkan tingkat keuntungan yang ingin dicapainya. Jadi, upaya maksimasi keuntungan tidak boleh dilakukan dengan meninggalkan prinsip keadilan dan kebajikan bagi kesejahteraan masyarakat keseluruhan.

Sebenarnya, di dalam perspektif bisnis modern pandangan tentang maksimasi keuntungan juga telah mengalami sedikit perubahan. Konsep keuntungan jangka pendek (*short run profit*) digantikan dengan keuntungan jangka panjang (*long run profit*). Tujuan maksimasi keuntungan bagi pemilik perusahaan dipandang tidak memadai lagi, kemudian diganti dengan konsep keuntungan bagi seluruh pihak yang terkait dengan perusahaan (Iqbal, 1996). Produsen menjadi sangat perhatian terhadap kepentingan eksistensi perusahaan jangka panjang, seperti : stabilitas, keamanan, keberlanjutan dan reputasi perusahaan di matamasyarakat. Untuk itu, produsen dituntut memiliki perhatian yang serius terhadap isu-isu dan nilai-nilai sosial kemasyarakatan yang kemudian diwujudkan dalam berbagai strategi. Dengan demikian, maka sesungguhnya penerapan prinsip-prinsip produksi yang Islami ternyata sangat kondusif bagi upaya produsen untuk mencapai keuntungan maksimum, terutama dalam jangka panjang. Jika perusahaan mengutamakan keadilan dan kebajikan dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat (*stake holder*), maka dengan sendirinya eksistensi perusahaan dalam jangka panjang akan lebih terjamin. Jadi, tujuan keadilan dan kebajikan dalam produksi akan

berkorelasi positif dengan keuntungan yang dicapai perusahaan.

Dalam situasi-situasi tertentu kemungkinan akan terdapat kondisi yang menyulitkan produsen untuk mendapatkan keuntungan, misalnya pada masyarakat konsumen yang memiliki daya beli rendah. Rendahnya daya beli ini menyebabkan produsen tidak dapat menentukan harga pada tingkatan yang ekonomis, sebab harga ekonomis ini tidak akan terjangkau oleh konsumen. Adahal, masyarakat sangat membutuhkan barang dan jasa yang dihasilkan oleh produsen. Dalam ekonomi konvensional, produsen tidak memiliki kepedulian yang memadai terhadap masalah seperti ini. Kepentingan produsen hanyalah bagaimana memasarkan barang dan jasanya agar dapat mendatangkan keuntungan yang maksimum. Namun, hal ini tentunya tidak akan terjadi dalam ekonomi Islam (Metawa, 1998). Menurut Anto (2003) terdapat 3 alternatif kebijakan yang dapat digunakan untuk mengatasi hal ini, antara lain:

- Dilakukan upaya-upaya peningkatan daya beli masyarakat, misalnya melalui kebijakan redistribusi pendapatan atau bantuan pemerintah secara langsung (*direct transfer*).
- Produsen yang menghasilkan barang-barang ini disubsidi oleh pemerintah, sehingga dapat menetapkan harga yang terjangkau oleh konsumen tersebut.
- Produsen bersedia menetapkan harga yang terjangkau masyarakat, dengan konsekuensi menderita kerugian.

Pada saat situasi perekonomian normal, alternatif pertama dan kedua merupakan pilihan-pilihan yang terbaik. Jadi, diperlukan upaya-upaya yang bersifat sosial – baik dari masyarakat atau pemerintah - untuk menyelesaikan situasi ini. Sebagaimana diketahui, ajaran Islam

mengharuskan adanya campur tangan pemerintah dalam kasus-kasus tertentu, sementara tetap menjunjung tinggi mekanisme pasar yang sehat (Afzalurrahman, 2000). Namun demikian, ketika upaya-upaya sosial oleh pemerintah ini tidak dapat dilakukan maka produsen harus mempertimbangkan kemungkinan untuk menderita kerugian demi tujuan produksi yang lebih besar, yaitu mensejahterakan masyarakat.

Berdasarkan pada beberapa pengertian dan prinsip di atas maka tujuan produsen bukan mencari keuntungan maksimum belaka, sebagaimana dalam ekonomi konvensional, namun lebih luas dari pada itu. Karena pada dasarnya produksi adalah kegiatan menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen, maka tujuan produksi adalah sejalan dengan tujuan dari konsumsi itu sendiri. Sebagaimana telah diketahui, konsumsi seorang muslim dilakukan untuk mencari *falah*, demikian pula produksi dilakukan untuk menyediakan barang dan jasa guna mencapai *falah* tersebut.

Prinsip produksi seperti ini akan membawa implikasi yang mendasar bagi kegiatan produksi dan perekonomian secara keseluruhan. Seperti yang dikemukakan oleh Anto (2003) bahwa beberapa implikasi mendasar ini antara lain :

Pertama, seluruh kegiatan produksi terikat pada tatanan nilai moral dan teknikal yang Islami, sebagaimana juga dalam kegiatan konsumsi. Sejak dari kegiatan mengorganisasi faktor produksi, proses produksi hingga pemasaran dan pelayanan kepada konsumen semuanya harus mengikuti moralitas Islam. Metwally (1997) mengatakan, "perbedaan dari perusahaan-perusahaan non Islami tak hanya pada tujuannya, tetapi juga pada kebijakan-

kebijakan ekonomi dan strategi pasarnya". Sebagai contoh, produksi barang dan jasa yang dapat merusak nilai-nilai moralitas dan menjauhkan manusia dari nilai-nilai religius tidak akan diperbolehkan. Demikian pula segala aktifitas industri - dan semua mata rantainya - yang dapat menurunkan nilai kemanusiaan atau yang dilakukan semata-mata untuk mengejar keuntungan ekonomi - material semata. Ajaran Islam melarang konsumsi barang-barang dan jasa yang haram dan merusak, seperti alcohol /khamr dan sejenisnya. Prinsip-prinsip ini tentu saja berlaku bagi kegiatan produksi. Jadi, misalnya, produksi alcohol/khamr dan sejenisnya tentu saja tidak akan pernah dilakukan oleh produsen. Larangan ini juga berlaku bagi segala mata rental dalam produksinya, misalnya penanaman pohon-pohon yang merupakan bahan bakunya atau usaha pemasaran dan promosi bagi konsumen. Demikian juga mereka tidak akan memproduksi barang dan jasa yang sekedar menjadi saran pemuas nafsu dari para konsumen. Produksi akan dilakukan hanya untuk memenuhi kebutuhan riil dalam skala prioritas yang konsisten.

Kedua, kegiatan produksi harus memperhatikan aspek sosial-kemasyarakatan. Kegiatan produksi harus menjaga nilai-nilai keseimbangan dan harmoni dengan lingkungan sosial dan lingkungan hidup dalam masyarakat, sehingga terdapat keselarasan dengan pembangunan masyarakat dalam skala yang lebih luas. Selain itu, masyarakat juga berhak menikmati hasil produksi secara memadai dan berkualitas. Jadi, produksi bukan hanya menyangkut kepentingan para produsen saja, tetapi juga kepada masyarakat secara keseluruhan. Sesungguhnya, pemerataan

manfaat dan keuntungan produksi bagi keseluruhan masyarakat dan dilakukan dengan cara yang paling baik merupakan tujuan utama kegiatan ekonomi. Dengan demikian, seperti yang dikemukakan oleh Iqbal (1996), bahwa sistem ekonomi Islam memiliki komitmen yang jauh lebih besar terhadap kesejahteraan masyarakat dibandingkan dengan sistem ekonomi konvensional.

Ketiga, permasalahan ekonomi muncul bukan saja karena kelangkaan (*scarcity*) saja, tetapi lebih kompleks. Masalah ekonomi muncul bukan saja karena adanya kelangkaan sumber daya ekonomi untuk pemenuhan kebutuhan manusia, tetapi juga disebabkan oleh kemalasan dan pengabaian optimalisasi segala anugerah Allah, baik dalam bentuk sumber daya manusia maupun sumber daya alam (Choudhury, 2000). Sikap tersebut dalam Al Qur'an sering disebut sebagai kedzaliman/aniaya atau pengingkaran terhadap nikmat Allah. Hal ini akan membawa implikasi bahwa prinsip produksi bukan sekedar efisiensi, tetapi secara luas adalah bagaimana mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya ekonomi dalam kerangka pengabdian manusia kepada Tuhannya.

3. Equilibrium Prusahaan

Sebagaimana telah dikemukakan, bahwa kegiatan produksi merupakan respon terhadap kegiatan konsumsi, atau sebaliknya. Produksi adalah menciptakan manfaat atas sesuatu benda, sementara konsumsi adalah pemakaian hasil produksi tersebut. Produksi dalam perspektif Islam tidak hanya berorientasi untuk memperoleh keuntungan yang setinggi-tingginya, meskipun mencari keuntungan juga tidak dilarang. Jadi produsen yang Islami tidak dapat disebut sebagai *profit maximizer*. Optimalisasi adalah harus menjadi

tujuan produksi, sebagaimana juga konsumsi. Oleh karenanya Siddiqi (Anto, 2003) secara lebih spesifik telah menyebutkan beberapa tujuan kegiatan produksi antara lain :

- Pemenuhan sarana kebutuhan manusia pada takaran moderat.
- Menemukan kebutuhan masyarakat.
- Persediaan terhadap kemungkinan – kemungkinan di masa depan.
- Persediaan bagi generasi mendatang.
- Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah.

Tujuan produksi yang pertama sangat jelas, yaitu pemenuhan sarana kebutuhan manusia pada takaran moderat akan menimbulkan setidaknya dua implikasi. *Pertama*, produsen hanya menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan (*need*) bukan keinginan (*want*) dari konsumen. Barang dan jasa yang dihasilkan harus memiliki manfaat riil bagi kehidupan yang Islami, bukan sekedar memberikan kepuasan maksimum bagi konsumen. Karenanya, prinsip *customer satisfaction* yang banyak dijadikan pegangan produsen kapitalis tidak dapat diimplementasikan begitu saja. *Kedua*, kuantitas produksi tidak akan berlebihan, tetapi hanya sebatas kebutuhan yang wajar. Produksi barang dan jasa secara berlebihan tidak saja sering menimbulkan mis-alokasi sumber daya ekonomi dan kemubadziran, tetapi juga menyebabkan terkurasnya sumber daya ekonomi ini secara cepat. Semakin menipisnya persediaan sumber daya alam dan kerusakan lingkungan hidup merupakan salah satu masalah serius dalam pembangunan ekonomi modern saat ini (Tayeb, 1997).

Meskipun produksi hanya menyediakan sarana kebutuhan manusia tidak berarti bahwa produsen sekedar bersikap reaktif terhadap kebutuhan konsumen. Produsen harus proaktif, kreatif dan inovatif menemukan berbagai barang

dan jasa yang memang dibutuhkan oleh manusia. Penemuan ini kemudian disosialisasikan atau dipromosikan kepada konsumen, sehingga konsumen mengetahuinya. Sikap proaktif menemukan kebutuhan ini sangat penting, sebab terkadang konsumen juga tidak mengetahui apa yang sesungguhnya dibutuhkannya. Menurut Anto (2003), sikap aktif ini juga harus berorientasi ke depan (*future view*), dalam arti: *pertama*, menghasilkan barang dan jasa yang bermanfaat bagi kehidupan masa mendatang; *kedua*, menyadari bahwa sumber daya ekonomi, baik *natural resources* atau *non natural resources*, tidak hanya diperuntukkan bagi manusia yang hidup sekarang tetapi juga generasi mendatang.

Metwally (1997) dan Iqbal (1996) memberikan teori produksi yang berbasiskan pada adanya kewajiban *shadaqah* atau amal shaleh (perbuatan baik/*good deed/charity*) sebagai dasar pembeda utama dengan teori ekonomi konvensional. Sebagaimana telah dijelaskan dalam teori konsumsi, *shadaqah* atau amal shaleh sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Beberapa di antaranya malahan diwajibkan, misalnya zakat. Metwally (1997) mengatakan bahwa di dalam ayat-ayat Al Qur'an perintah beramal shaleh disebutkan tak kurang dari 62 kali yang tersebar pada 36 surat.

Dalam hal keterikatannya kepada syariat Islam maka tidak ada perbedaan di antara orang yang 'kebetulan' bertindak sebagai konsumen maupun yang 'kebetulan' bertindak sebagai produsen. Semuanya harus mewujudkan kemanfaatan (*maslahah*) yang sebesar-besarnya bagi kehidupan sehingga dapat mencapai *falah* di dunia maupun di akhirat. Di dalam kegiatan produksi, perbuatan amal shaleh harus secara eksplisit menjadi kebijakan formal perusahaan. Selain

menjadikan syariat Islam sebagai pedoman kerja menyeluruh dalam perusahaan maka harus dianggarkan secara tegas sejumlah penghasilan bagi kepentingan amal shaleh ini, misalnya dari penerimaan akan disalurkan untuk amal shaleh. Kewajiban amal shaleh atau *shadaqah* ini tetap mengikat bagi produsen apapun keadaannya, yaitu apakah dalam kondisi memperoleh keuntungan yang maksimum, tidak untung-tidak rugi, bahkan dalam kondisi rugi sekalipun (Iqbal, 1996, dan Metwally, 1997)

Pada sebuah masyarakat yang Islami, ataupun sebenarnya juga di mana saja, adanya pengeluaran perusahaan untuk amal shaleh dan *shadaqah* ini akan menciptakan nama/citra baik (*good brand image*) dari perusahaan (Harahap & Gunawan, 2005). Secara tidak langsung hal ini sekaligus dapat menjadi mediapromosi (*advertising*) yang efektif bagi perusahaan tersebut. Masyarakat akan memberikan kesan positif terhadap perusahaan, sehingga kemungkinan masyarakat akan memilih produk hasil perusahaan tersebut. Wujud amal shaleh ini dapat bermacam-macam (kecuali zakat) sesuai dengan konteks yang melingkupinya, serta dapat mencakup daerah yang berbeda-beda. Beberapa contoh dari amal shaleh ini misalnya: pemberian santunan bagi fakir miskin, pemberian beasiswa, pendirian rumah sakit dan fasilitas kesehatan lainnya, pendirian sekolah-sekolah, dan lain-lain. Cakupan amal shaleh ini dapat dimulai dari lingkup terdekat perusahaan kemudian melebar ke luar sejauh kemampuan perusahaan.

Menurut Metwally (1997, Iqbal, 1996, Anto, 2003), secara sederhana fungsi tujuan perusahaan yang Islami dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = f(F, G)$$

Dimana :

Y = tujuan perusahaan

F= tingkat keuntungan
G = pengeluaran untuk *shadaqah* atau amal shaleh

Jika M menunjukkan tingkat keuntungan aktual, maka dapat dibuat formulasi sebagai berikut :

$$M = R - C - G$$

Di mana :

M = tingkat keuntungan aktual
R = penerimaan perusahaan keseluruhan (*total revenue*)
C = total biaya (*total cost*), terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap.
G = pengeluaran *shadaqah*

Jika p menunjukkan tingkat harga dan q menunjukkan kuantitas barang, maka:

$$R = pq, \text{ dan } C = C(q)$$

Kurva permintaan dalam model ini diasumsikan berlereng negatif, tetapi adanya *shadaqah* akandapat membantu meningkatkan permintaan terhadap produk perusahaan (karena masyarakat penerima *shadaqah* akan menambah jumlah konsumen). Karenanya diperoleh :

$$dp/dq < 0 \text{ dan } dp/dG < 0$$

Hubungan antara F dan M dapat dirumuskan sbb:

$$F = M - Z - U$$

Di mana :

Z = Jumlah zakat yang dibayarkan atas keuntungan
U = Beban tambahan atas keuntungan.

Jika diasumsikan tingkat zakat sama dengan z, dan beban tambahan adalah sebesar u maka :

$$Z = z M = \mu(R - C - G)$$

$$U = u M = \beta(R - C - G)$$

Dengan mensubstitusikan persamaan (2), (6) dan (7) ke dalam persamaan (5) maka didapatkan persamaan:

$$F = (1 - \mu - \beta)(R - C - G)$$

Di mana :

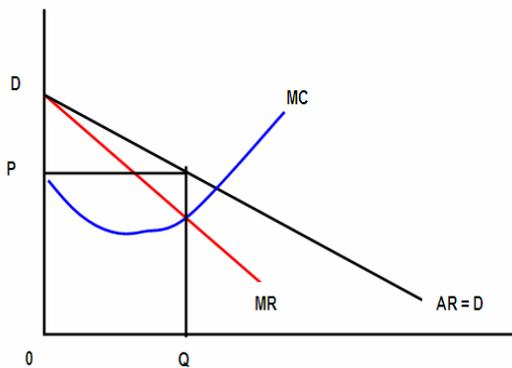
F = Keuntungan (*profit*)
 μ = Jumlah zakat yang dibayarkan atas keuntungan (*rate of zakat*)
 β = Beban tambahan atas keuntungan (*rate of other dues*)
R = Total Penerimaan (*total revenue*)
C = Total Biaya (*total production cost*)
G = pengeluaran untuk *shadaqah* atau amal shaleh (*spending on charity or good deed*)

Berdasarkan persamaan-persamaan di atas maka tujuan perusahaan adalah memaksimalkan fungsi tujuan (1) dengan kendala suatu tingkat keuntungan minimum z , yaitu tingkat keuntungan yang memuaskan bagi para pemiliknya dan untuk menjaga kelangsungan usahanya.

Menurut Metwally (1997) keseimbangan (*equilibrium*) perusahaan yang Islami terjadi pada saat *marginal revenue* sama dengan *marginal cost* (MR=MC). Hal ini tidak berarti bahwa hasil yang optimal akan sama persis dengan dalam sistem ekonomi konvensional, sebab dalam perusahaan yang Islami dR/dq secara implisit merupakan fungsidi G (*shadaqah*). Oleh karena itu, nilai output yang optimal akanberbeda dalam kasus perusahaan yang Islami dengan perusahaan yang tidak Islami.

Perusahaan yang memiliki strukturbiaya sama akan memiliki output keseimbangan dan harga keseimbangan

yang lebih tinggi daripada pada perusahaan yang tidak Islami. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1 sampai dengan gambar 3. Kurve DD menunjukkan kurva permintaan yang dihadapi oleh perusahaan yang tidak Islami, sementara $D'D'$ menunjukkan kurva permintaan yang dihadapi perusahaan yang Islami.



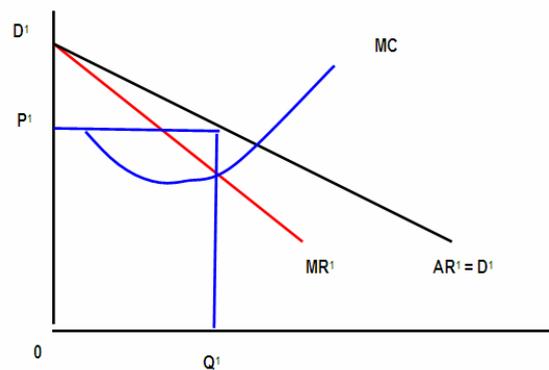
Gambar 1 : Keseimbangan Perusahaan yang Tidak Islami

Pada perusahaan yang tidak Islami, tujuan dari perusahaan adalah mencari keuntungan yang maksimal. Berdasarkan teori ekonomi konvensional, keseimbangan dicapai oleh perusahaan pada saat $MR = MC$. Seperti yang ditunjukkan oleh gambar 1, keuntungan maksimal dicapai oleh perusahaan pada output perusahaan sebesar Q dengan tingkat harga per unit sebesar p .

Jika perusahaan tersebut dijalankan sesuai dengan syariat Islam, maka biaya yang dikeluarkan selain yang terkait dengan operasional perusahaan (*fixed cost dan variable cost*), juga kewajiban untuk mengeluarkan zakat dan shadaqah. Zakat dan shadaqah yang dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi pendapatan bagi masyarakat yang menerima. Ini berarti tingkat pendapatan masyarakat penerima zakat dan shadaqah menjadi meningkat.

Sebagaimana diketahui bahwa salah satu asumsi yang mendasari hukum permintaan adalah pendapatan konsumen tidak berubah. Jika pendapatan masyarakat berubah, misalnya meningkat, maka akan menggeser kurve permintaan ke kanan atas, yang berarti permintaan masyarakat mengalami peningkatan. Selain itu, jika perusahaan mengeluarkan zakat dan shadaqah maka akan menciptakan nama/citra baik (*goodbrand image*) dari perusahaan.

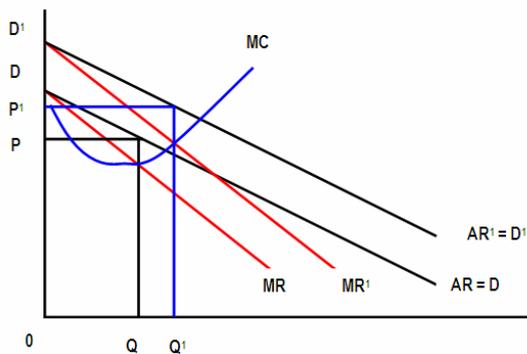
Perusahaan memiliki citra baik di masyarakat, dan pendapatan masyarakat penerima zakat dan shadaqah meningkat, maka permintaan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut akan meningkat. Hal ini akan menyebabkan kurve permintaan bergeser ke kanan atas seperti yang ditunjukkan oleh gambar 2.



Gambar 2 : Keseimbangan Perusahaan yang Islami

Seperti yang telah dikemukakan bahwa keseimbangan perusahaan yang Islami terjadi pada saat $MR = MC$, namun ini tidak berarti output yang optimal akan sama persis seperti pada perusahaan yang tidak Islami. Pada perusahaan yang Islami keseimbangan perusahaan dicapai pada output sebesar Q^1 dengan tingkat harga per unit sebesar p^1 . Jumlah output tersebut lebih banyak dibandingkan dengan output perusahaan yang tidak Islami (gambar 1). Hal ini disebabkan karena pada perusahaan yang

Islami permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut meningkat. Meningkatnya permintaan masyarakat sebagai akibat dari semakin tingginya pendapatan akan mendorong harga yang diterima oleh perusahaan yang Islami menjadi lebih tinggi. Pergeseran kurve permintaan ke kanan atas serta dampaknya terhadap output perusahaan yang Islami ditunjukkan oleh gambar 3.



Gambar 3 : Keseimbangan Perusahaan yang Islami dan Tidak Islami

Gambar 3 menunjukkan bahwa perusahaan dengan struktur biaya yang sama memiliki output keseimbangan dan harga keseimbangan yang lebih tinggi pada perusahaan yang Islami dibandingkan dengan perusahaan yang tidak Islami. P dan Q menunjukkan keseimbangan perusahaan yang tidak Islami, sedangkan P' dan Q' menunjukkan keseimbangan perusahaan yang Islami. Jika dibandingkan kedua keseimbangan tersebut, maka dapat dilihat bahwa titik keseimbangan pada perusahaan yang Islami lebih tinggi daripada titik keseimbangan perusahaan yang tidak Islami. Ini berarti bahwa perusahaan yang Islami memperoleh harga yang lebih tinggi dan dengan jumlah output yang lebih banyak. Tentunya ini semua akan memberikan tingkat keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan yang Islami dibandingkan dengan perusahaan yang tidak Islami.

Secara makro, harga yang lebih tinggi dan dengan jumlah output yang lebih banyak dalam suatu perekonomian menunjukkan adanya peningkatan dalam kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu, perusahaan yang dikelola secara Islami tidak saja memberikan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan, tetapi juga akan memberikan tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi bagi masyarakat secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Penduduk muslim yang tinggal di berbagai negara demikian banyaknya, namun penerapan syariat Islam dalam segala aspek kehidupan masyarakatnya masih belum kaffah. Walaupun demikian, beberapa negara seperti Arab Saudi, Iran, dan Pakistan telah berupaya serius untuk melaksanakan syariat Islam dalam segala aspek kehidupan masyarakatnya termasuk dalam kegiatan bisnis (usaha).

Setiap muslim dituntut untuk melakukan berbagai kegiatan ekonomi dalam upaya memenuhi kebutuhan hidupnya, dan sebagai bekal untuk dapat melakukan ibadah. Tanpa melakukan suatu kegiatan usaha, maka seorang muslim akan menjadi beban bagi orang lain. Apapun kegiatan ekonomi yang dilakukan seorang muslim, selama itu merupakan pekerjaan yang halal dan sesuai dengan syariah, maka ia adalah pekerjaan yang baik dan membawa berkah.

Dalam ekonomi Islam, pada prinsipnya kegiatan produksi merupakan respon terhadap kegiatan konsumsi, atau sebaliknya. Produksi adalah menciptakan manfaat atas sesuatu benda, sementara konsumsi adalah pemakaian hasil produksi tersebut. Produksi dalam perspektif Islam tidak hanya berorientasi untuk memperoleh keuntungan yang setinggi-tingginya,

meskipun mencari keuntungan juga tidak dilarang.

Suatu perusahaan dengan struktur biaya yang sama memiliki output keseimbangan dan harga keseimbangan yang lebih tinggi pada perusahaan yang Islami dibandingkan dengan perusahaan yang tidak Islami. Ini berarti bahwa perusahaan yang Islami memperoleh harga yang lebih tinggi dan dengan jumlah output yang lebih banyak. Tentunya ini semua akan memberikan tingkat keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan yang Islami dibandingkan dengan perusahaan yang tidak Islami. Namun produsen yang Islami tidak dapat disebut sebagai *profit maximizer*. Optimalisasi malah harus menjadi tujuan produksi, sebagaimana juga konsumsi, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat.

Secara makro, harga yang lebih tinggi dan dengan jumlah output yang lebih banyak dalam suatu perekonomian menunjukkan adanya peningkatan dalam kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu, perusahaan yang dikelola secara Islami tidak saja memberikan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan, tetapi juga akan memberikan tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi bagi masyarakat secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzalurrahman, 2000, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, Yayasan Swarna Bhumi, Jakarta.
- Al-Fauzan, Faiz Abdur Rahman, 2007, *Menjadi Jutawan Dunia – Akhirat, 30 Alasan Mengapa Setiap Muslim Harus Kaya*, Roemah Buku, Solo.
- Anto, Hendrie, M.B., 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, Ekonisia, Yogyakarta
- Choudhury, M.A ., 2000, *The Nature of Islamic Socio – Scientific Inquiry : Theory and Application to Capital Markets*, International Journal of Social Economics, Vol. 27 , No. 1, pp. 62 – 85, MCB University Press.
- Harahap, Sofyan S. and Juniati Gunawan, 2005, *An Examination of Corporate Social – Environmental Disclosure in Annual Reports of Indonesian, Malaysia and Australian Islamic Banking*, Indonesian Management & Accounting Research, Vol. 04, No. 01, Januari 2005, pp. 73 – 99.
- Iqbal, Munawar, 1996, *Organization of Production and Theory of the Firm*, Islamic Research and Training Institute, Islamic Development Bank, *Lessons In Islamic Economics*, Islamic Foundation, Markfield Dawah Centre, United Kingdom.
- Kaaf-al, Abdullah Zaky, 2002. *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, Bandung : Pustaka Setia.
- Metawa, Saad A., and Mohammed Almossawi, 1998, *Banking Behavior of Islamic Bank Customers : Perspectives and Implications*, International Journal of Bank Marketing, 16 / 7, pp. 299 – 313, MCB University Press.
- Metwally, M.M., 1997 *Economic Consequences of Applying Islamic Principles in Muslim Societies*, International Journal of Social Economics, Vol. 24 , No. 7 / 8 / 9, pp. 941 – 957, MCB University Press.
- Qardawi, Yusuf, 2004. *Konsep Islam Solusi Utama Bagi Umat*, Jakarta: Senayan Abadi Publishing.
- Tayeb, Monir , 1997, *Islamic Revival in Asia and Human Resources Management, Employee Relation*, Vol. 19, No. 4, pp. 352 – 364, MCB University Press.