

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Perilaku Produsen

Jika pada penelitian tahun sebelumnya dalam Bab 2 ini menampilkan pengetahuan tentang teori mengenai harga faktor yang terkait dengan distribusi pendapatan, pada penelitian tahun kedua ini lebih difokuskan pada teori perilaku produsen. Kajian teoritis tentang perilaku produsen merupakan bagian utama dalam bangunan teori ekonomi mikro konvensional. Dia membahas detail tentang bagaimana perilaku sebuah perusahaan dalam memaksimalkan keuntungannya melalui kegiatan produksi yang dijalankannya. Selanjutnya

Dalam proses produksi, setiap perusahaan dihadapkan pada tiga keputusan yang diambil, yakni berapa banyak output yang akan ditawarkan? Teknologi apa yang akan digunakan? Dan berapa banyak permintaan terhadap input (Case & Fair, 2010). Permintaan terhadap input adalah permintaan turunan dari permintaan terhadap output yang dihasilkan. Perusahaan akan menggunakan input atau faktor produksi sampai pada tingkat dimana keuntungan maksimum tercapai. Profit dalam hal ini adalah keuntungan ekonomi yakni selisih antara total pendapatan (total revenue = TR) dengan total biaya (total cost = TC) yang mencakup biaya eksplisit dan implisit (Frank, 2008; Sukirno, 2002). TR dan TC masing-masing merupakan fungsi dari variabel yang sama yaitu jumlah output yang akan dihasilkan (Q). Melalui ekspresi secara matematis maksimisasi keuntungan tercapai ketika pendapatan marginal sama dengan biaya marginal, yakni berikut ini:

Laba (π) = TR - TC, karena TR = f(Q) dan TC = f(Q) maka $\pi = f(Q)$

titik optimum dicapai apabila turunan pertama sama dengan nol :

$$\pi = TR - TC$$

$$\delta \pi / \delta Q = \delta R / \delta Q - \delta C / \delta Q = MR - MC$$

Titik optimum $\delta \pi / \delta Q = 0$ maka $MR - MC = 0$, sehingga, $MR = MC$.

Marginal revenue (MR) atau pendapatan marginal adalah perubahan total pendapatan karena adanya perubahan jumlah output yang dihasilkan. Sedangkan

marginal cost (MC) atau biaya marjinal adalah perubahan total biaya karena adanya perubahan jumlah output yang dihasilkan.

Teori perilaku produsen dari perspektif ekonomi konvensional tersebut kental dengan konsep marjinal, keuntungan maksimum dan minimisasi biaya. Ajaran Islam memiliki perspektif lain. Menurut Choudhury, ekonomi Islam sarat dengan etika yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits. Tingkat produksi untuk memenuhi kebutuhan sosial terikat atau dibatasi oleh aturan baik sisi konsumsi maupun produksi dan keharusan untuk distribusi secara berkeadilan. Rata-rata produksi akan menjamin pencapaian tingkat produksi sosial. Jadi kasus ekonomi klasik *free entry free exit* di pasar yang Islami ditentukan oleh kondisi pencapaian minimum tingkat produksi yang dibutuhkan oleh masyarakat (Choudhury, 1986).

Telah banyak pemikiran para ekonom muslim tentang perilaku produsen yang menggambarkan bagaimana idealnya operasi perusahaan yang dibingkai dalam kerangka norma-norma Islam. Artikel yang secara teknis membahas perilaku produksi adalah Amin (2003), Yusof (2007), dan Metwally (1992). Ketiganya memiliki spesifikasi yang berbeda dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori mikroekonomi Islam. Metwally (1992) mengkaji implikasi sumber hukum Islam terhadap perilaku produsen muslim. Ia membangun asumsinya terlebih dahulu, dan dengan pendekatan kalkulus differensial membangun model matematika yang menjelaskan masalah ekonomi produsen muslim (MEPM), yaitu memaksimalkan utiliti dengan kendala keuntungan bersih setelah dikeluarkan zakat dan pajak. Proposisi yang dia keluarkan menjelaskan besaran output produksi yang optimal, dan strategi pemasaran output. Sayangnya, tidak sesuai dengan ekspektasi terhadap judul artikel, Metwally (1992) tidak menjelaskan pembahasan mengenai alokasi input optimal untuk menunjang pencapaian output produksi yang optimal.

Maksimisasi keuntungan merupakan asumsi dasar dalam teori perusahaan, dan memperoleh kritik dengan penilaian tidak konsisten dengan perilaku Islam. Namun, menurut Yusof (2007), prinsip tersebut berlaku untuk kerangka ekonomi Islam untuk memastikan efisiensi alokatif, yaitu, produksi barang yang tepat dalam jumlah yang tepat. Efisiensi alokatif dapat dicapai jika, dalam penilaian biaya peluangnya (opportunity cost), perusahaan memperhitungkan sifat barang

output optimal juga. Padahal, istilah efisiensi yang sepadan dengan istilah “hemat” atau tidak mubadzir, itupun menjadi etika produksi dalam ajaran Islam. Kesempatan inilah yang coba diambil oleh penulis, meskipun baru pada tahapan model dengan tingkat konseptual yang belum rinci.

2.2. Motivasi Produsen Islami

Dalam buku Ekonomi Islam yang ditulis oleh Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, terdapat pembahasan khusus tentang Teori Perilaku Produsen. Mereka mengutip beberapa pengertian produksi menurut para ekonom Muslim kontemporer, seperti Kahf, Mannan, Rahman, Ul Haq, dan Siddiqi. Menurut Kahf (1992), mendefinisikan kegiatan produksi dalam perspektif Islam sebagai usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya tapi juga moralitas. Sementara Mannan (1992) menekankan pentingnya motif altruism bagi produsen yang Islami. Rahman (1995) menekankan pentingnya keadilan dan pemerataan produksi. Ul Haq (1996) menyatakan bahwa tujuan dari produksi adalah memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang merupakan Fardhu kifayah, yakni kebutuhan yang bagi banyak orang pemenuhannya bersifat wajib. Sedangkan Siddiqi (1992) mendefinisikan kegiatan produksi sebagai penyediaan barang dan jasa dengan memperhatikan nilai keadilan dan kemanfaatan (mashlahah) bagi masyarakat.

Dari kelima pengertian produksi di atas, terdapat irisan yang kuat bahwa kegiatan produksi semata-mata untuk memenuhi kebutuhan manusia. Hanya terdapat penekanan yang berbeda dengan tujuan produksi versi ekonomi konvensional ketika konsep produksi dikaitkan dengan tujuan atau motivasi melakukan produksi. Dalam perspektif ekonomi konvensional, sebagaimana penjelasan dalam sub bahasan di atas, maksimisasi profit merupakan motif utama. Sementara dalam perspektif Islam, tujuan produksi untuk memenuhi kebutuhan manusia merupakan tujuan antara, karena tujuan akhir adalah mencapai ridho Allah SWT dan kebahagiaan di akhirat. Implikasinya, kegiatan produksi dibatasi oleh nilai-nilai atau syariat Islam. Bahkan kegiatan produksi harus mencerminkan moralitas yang tinggi.

Dalam bahasan penulis buku Ekonomi Islam, produksi adalah proses mencari, mengalokasikan dan mengolah sumber daya menjadi output dalam rangka meningkatkan mashlahah. Secara spesifik, tujuan produksi adalah:

1. Pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkatan moderat yakni sesuai kebutuhan dan memberikan manfaat riil.
2. Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya.
3. Menyiapkan persediaan barang dan jasa di masa depan.
4. Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah.

Dengan definisi demikian, maka dalam perspektif Islam motivasi produsen adalah maksimisasi mashlahah. Terkait kata mashlahah perlu dielaborasi lebih mendalam. Al Mashlahah berasal dari kata Sha la ha yakni As-Shalah berarti kebaikan lawan dari Al-Fasad berarti kerusakan, dengan wazan Dhakhala. Al-Farra' (Ahli Qiraat) membacanya: Shaluhu (huruf lam berdhammah), Fi'il Mudhari-nya: Yasiuhu. (Istalaha) dan (Tashalaha) bermakna: berdamai. Al-Islah berarti perbaikan, lawan dari Al-Ifsad bermakna perusakan. Masalahah bermakna manfaat, bentuk jamaknya "Mashalih". Istishlah bermakna meminta perbaikan, lawan dari Al-Istifsad berarti meminta kerusakan.

Mashlahat mempunyai satu akar kata dengan "Manfaat". Mashlahat bermakna As-Shalah yang artinya kebaikan. Adapun manfaat berarti An-Naf'u (manfaat).

Mashlahat bermakna segala sesuatu yang bernilai manfaat, baik dengan cara menghasilkan faidah maupun dengan cara menghindarkan madharat dan keburukan. Menurut ulama pakar hukum Islam, manfaat adalah segala sesuatu yang menjadi tujuan pembuat hukum (Allah) bagi hamba-hamba-Nya, berupa menjaga agama, diri, akal, keturunan, harta.

Menurut At-Thufi, secara Urf, mashlahat adalah sebab yang menghantarkan kepada kebaikan dan manfaat bagi seseorang seperti (dianalogikan) transaksi jual beli dapat mendatangkan keuntungan.

Menurut Al Ghazali Mashlahah adalah sesuatu yang mendatangkan manfaat (keuntungan) dan menjauhkan madharat (kerusakan), namun hakikat dari mashlahah adalah memelihara tujuan syara' yaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Dari pemaparan sebelumnya, nampak terang bahwa keberkahan itu bermakna (secara istilah) kebaikan yang berkembang, tumbuh, dan bertambah. Juga kebaikan itu terus-menerus ada dan tetap pada diri orang tersebut.

Keberkahan bukan hanya terbatas pada segala hal yang berjumlah banyak dan berlimpah saja. Melainkan keberkahan itu ada pada sesuatu yang sedikit maupun banyak. Keterangan ini sebagaimana dinyatakan oleh Al-Hafidz Ibnu Hajar ketika menyebutkan hadits yang diriwayatkan oleh Hakim bin Hizam: Siapa saja yang mengambil harta disertai dengan kesombongan, niscaya Allah tidak akan memberkahinya, seperti orang yang makan namun dia tidak pernah kenyang.

Untuk memperkuat pengertian di atas penulis akan mengutip hadits Nabi sebagai berikut :

الله صلى الله رسول قال قال ،عنه الله رضي ،حزام بن حكيم خالد أبي عن
في لهما بورك وبيننا صدقا فإن ،يفرقا لم ما بالخيار البيعان)) :وسلم عليه
(. عليه متفق) ((بيعهما بركة محقت وكتما كذبا وإن ،بيعهما

Dari Khalid bin Hakim bin Hizam ra., Rasulullah Saw. bersabda: Dua orang yang bertransaksi jual beli itu mempunyai hak untuk memilih (khiyar) selama keduanya belum meninggalkan tempat akad (berpisah). Jika keduanya itu jujur dan menerangkan keadaan sebenar dari transaksinya itu, kelak Allah akan memberkahi jual beli mereka. Namun jika keduanya berdusta dan menyembunyikan, maka Allah akan menghapus keberkahan jual beli mereka. (HR. Bukhari dan Muslim).

:قال وسلم عليه الله صلى النبي عن ،عنه الله رضي عامر بن سلمان وعن
((ظهور فإنه ،فالماء تمراً ،جد لم فإن ،بركة فإنه ،تمر على فيقطر ،أحدكم أفطر إذا))
رواه . ((وصلة صدقة :ثنتان الرحم ذي وعلى ،صدقة المسكين على الصدقة)) :وقال ،
حسن حديث :وقال الترمذي

عشر وسلم عليه الله صلى النبي خدم قد عنه الله رضي مالك بن أنس وكان
رسول يا :فقال ،المدينة وسلم عليه الله صلى النبي قدم حين أمه به جاءت سنين
أن له ودعا ،الله يخدمه أن والسلام الصلاة عليه فقبل ،يخدمك مالك ابن أنس هذا ،الله
له كان إنه قيل حتى ،وولده ماله في له الله فبارك ،وولده ماله في له الله يبارك
الله صلى الله رسول له دعا الذي المال بركة من ،مرتين السنة في يثمر بستان

ببركة هذا كل ،صاحبه من أولاده ولدأ، وعشرين مائة فبلغوا أولاده أما ،به وسلم عليه
وسلم عليه الله صلى النبي دعوة

Anas bin Malik menjadi pelayan Rasulullah Saw. selama sepuluh tahun. Ibu Anas mendatangi Rasulullah Saw. ketika Beliau baru tiba di Madinah. Dia berkata: Ya Rasulullah, ini Anas bin Malik, dia akan menjadi pelayanmu. Lalu Rasulullah Saw. menerimanya dan Anas pun melayani Rasulullah Saw. karena mengharap ridha Allah. lalu Rasulullah Saw. mendoakan keberkahan pada harta dan keturunannya. Disebutkan bahwa Anas mempunyai sebuah kebun yang mampu menghasilkan buahnya setahun dua kali. Inilah doa Rasulullah Saw. untuk keberkahan harta Rasulullah Saw. Adapun keturunannya mencapai 120 anak kandung. Semua itu karena doa Rasulullah Saw. yang penuh berkah.

2.3. Nilai-nilai Islam Dalam Produksi

Terdapat beberapa nilai Islam yang harus diperhatikan dalam kegiatan produksi, yakni sebagai berikut ini:

1. Berwawasan jangka panjang, yakni orientasi pada tujuan akhirat
2. Menepati janji dan kontrak
3. Memenuhi takaran, ketepatan, kelugasan dan kebenaran
4. Berpegang teguh pada kedisiplinan dan dinamis
5. Memuliakan prestasi/produktif
6. Mendorong ukhuwah antar sesama pelaku ekonomi
7. Menghormati hak milik individu
8. Mengikuti syarat syah dan rukun akad
9. Adil dalam bertransaksi
10. Memiliki wawasan sosial
11. Pembayaran upah tepat waktu dan layak
12. Menghindari jenis dan proses produksi yang diharamkan

Seluruh point di atas bersifat multidimensi mencakup aspek orientasi, pengadaan dan pengelolaan input dalam proses transformasi menjadi barang yang memiliki nilai tambah yang lebih tinggi. Dalam hal pengadaan input, nilai yang menonjol yang harus dibangun adalah sikap moralitas yang tinggi dalam memperlakukan

input, yakni memiliki sikap jujur, berkomitmen tinggi, memiliki integritas, dan menghargai pihak lain. Demikian halnya dalam pengelolaan input, setiap produsen muslim harus memiliki sikap moral yang tercermin dalam perilaku yang adil terhadap pekerjanya, bekerja keras, mengedepankan kerjasama dan hubungan harmonis dengan sesama produsen lainnya.

Berdasarkan keduabelas nilai-nilai Islam dalam produksi, selanjutnya diturunkan ke dalam prinsip pokok dalam produksi yakni amanah, prinsip pembelajaran sepanjang waktu dan profesional. Amanah adalah salah satu nilai penting dalam Islam yang diturunkan dari nilai dasar khilafah. Pengertian amanah dalam konteks ini adalah penggunaan sumberdaya ekonomi yang harus dimanfaatkan secara efisien dan mengikuti norma-norma Islam (P3EI, 2011 hal. 267).

Satu hal lagi yang harus diperhatikan adalah terkait dengan teknologi. Teknologi berproduksi adalah sudah given atau konstan, artinya, bahwa teknologi yang digunakan adalah teknologi yang memanfaatkan SDM sedemikian rupa sehingga manusia tersebut mampu meningkatkan harkat kemanusiannya. Permasalahan produksi bukanlah mencari teknologi berproduksi, melainkan mencari jenis output apa dengan teknologi yang tersedia. Focus pada pemilihan kombinasi output untuk mendapatkan mashlahah yang maksimal. Hal ini tercapai ketika rasio mashlahah marginal barang X dan Y sama dengan rasio input marginal dalam produksi barang (P3EI, 2011).

2.4. Penetapan Harga Faktor

Masalah pokok dari *factor pricing* (penetapan harga faktor) adalah bagaimana menentukan harga dan kuantitas faktor-faktor produksi sedemikian rupa sehingga produksi dapat menghasilkan tingkat mashlahah yang maksimum. Dari proses Lagrangian diperoleh kesimpulan bahwa harga input sama dengan nilai produk marginal ditambah berkah marginal dibagi dengan intensitas efisiensi yang diciptakan oleh input tersebut, sehingga implikasinya:

1. Semakin besar tingkat efisiensi produksi berarti semakin besar pula harga input yang dibayarkan oleh perusahaan.
2. Semakin tinggi produktivitas input, semakin tinggi harga input.

3. Semakin tinggi tambahan berkah akibat tambahan penggunaan input, semakin tinggi harga input.
4. Semakin tinggi harga produk maka semakin tinggi harga input.

Secara sekilas, keempat implikasi di atas tidak menampilkan proposisi secara eksplisit terkait dengan komponen *mashlahahnya*. Artinya dibutuhkan notasi tambahan sebagai salah satu contoh gambaran *mashlahah* yang harus muncul dalam model perilaku produsen muslim.

