

**Analisis Kesyariahan dalam Transaksi Penjualan pada Perusahaan
Private equity dalam Perspektif Ekonomi Islam**

**Ai Ufi Lutfiatunnufus¹⁾, MH Ainulyaqin²⁾, Kisanda Midisen³⁾, Sakum⁴⁾, Sukron
Mamun⁵⁾**

^{1,2,3,4,5}Prodi Ekonomi Syariah, Universitas Pelita Bangsa
lutfiatunnufusayfi@gmail.com

ABSTRACT

This study to analyze the relationship and similarities between the sales transaction process in a private equity manufacturing company and the concept of sales in the perspective of Islamic economics. The study was conducted at an automotive manufacturing company operating under a conventional economic system. The research method used is descriptive qualitative, employing literature review, participatory observation, in-depth interviews, and documentation. The findings indicate that there are similarities in transaction principles such as price agreements (akad), cost transparency, and made to order product manufacturing, which align with the akad istishna in Islamic. The study also highlights significant differences, particularly the implementation of penalty fees (riba) for late payments, which contradicts the Islamic prohibition of usury. This research recommends that companies consider integrating Islamic economic principles to improve business ethics and expand market opportunities, especially in the Syariah based industrial sector.

Keywords: Sales Transaction, Islamic Economics, Private equity

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis keterkaitan dan kesamaan antara proses transaksi penjualan pada perusahaan *private equity* perusahaan manufaktur dengan konsep penjualan dalam perspektif ekonomi Islam. Studi dilakukan pada sebuah perusahaan manufaktur otomotif yang beroperasi berdasarkan sistem ekonomi konvensional. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka, observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesamaan pada prinsip transaksi seperti kesepakatan harga (*akad*), transparansi biaya, dan proses pembuatan produk berdasarkan pesanan pelanggan yang sesuai dengan *akad istishna* dalam Islam. Penelitian ini juga menunjukkan adanya perbedaan signifikan, terutama terkait penerapan denda (*riba*) jika ada keterlambatan pembayaran, hal ini bertentangan dengan prinsip larangan *riba* dalam ekonomi Islam. Penelitian ini merekomendasikan agar perusahaan mempertimbangkan integrasi prinsip-prinsip ekonomi Islam guna meningkatkan etika bisnis dan membuka peluang pasar yang lebih luas, khususnya di sektor industri berbasis syariah.

Kata kunci: Transaksi Penjualan, Ekonomi Islam, *Private equity*

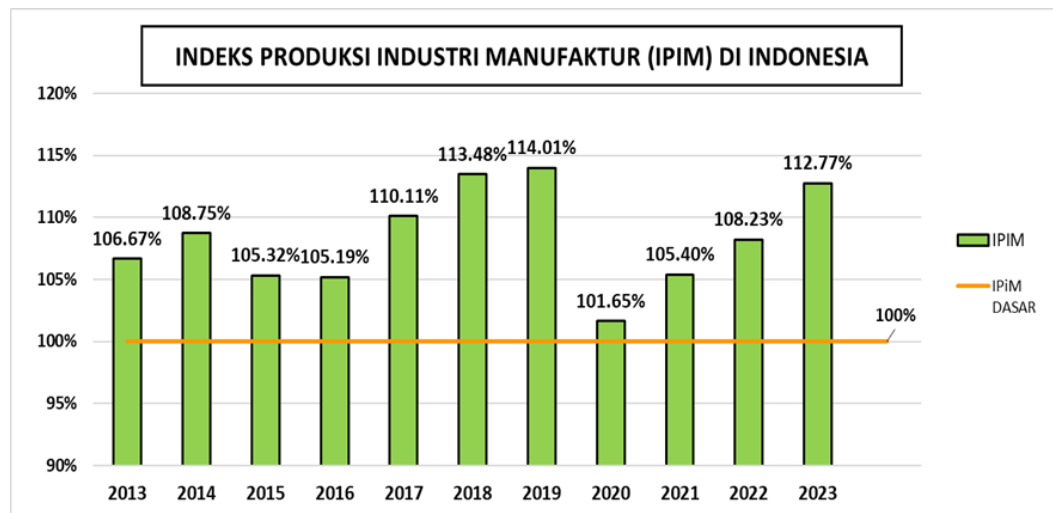
PENDAHULUAN

Memasuki era modern yang semakin berkembang ini mengakibatkan dunia industri menjadi semakin berkembang pula dengan berbagai model investasi yang memanfaatkan proses jual beli untuk menghasilkan keuntungan. Indonesia

merupakan negara dengan konsep usaha dalam perekonomiannya dipengaruhi oleh pengusaha negara maju. Salah satu bentuk perusahaan investasi yang populer adalah *private equity*. *Private equity* adalah salah satu perusahaan dengan model investasi dengan investor langsung berasal dari berbagai atau perseorangan dalam posisi ekuitas di perusahaan (Hadiputra, 2022). *Private equity* merupakan salah satu contoh konsep usaha yang tumbuh di luar negeri, namun secara perlahan mulai diterapkan di negara Indonesia. Para Investor yang memiliki saham pada perusahaan *private equity* dengan aktivitas manajemen perusahaan harus bisa menemukan cara agar menghasilkan keuntungan. *Profit* yang meningkat akan menaikkan nilai dari perusahaan tersebut.

Private equity yang akan dibahas merupakan perusahaan ekuitas manufaktur swasta yang mengoperasikan dana investasi kepada perusahaan yang tidak terdaftar pada bursa atau yang tidak diperdagangkan secara publik. Pendapatan utama suatu perusahaan manufaktur berasal dari penjualan produk yaitu dalam bentuk produk jadi. Proses penjualan dalam perusahaan ini meliputi beberapa tahapan, mulai dari pengenalan produk kepada pelanggan, sampai dengan penerbitan *invoice* penjualan. Manufaktur sendiri merupakan kegiatan mengolah atau memproses suatu bahan menjadi produk lain sehingga akan menciptakan hasil akhir produk yang memiliki nilai jual tinggi untuk mendapatkan keuntungan (Anggraini, 2021). Perusahaan manufaktur adalah suatu jenis perusahaan yang dalam kegiatannya yaitu mengolah bahan baku hingga menjadi produk jadi (Anggraini, 2021). Proses ini meliputi rangkaian langkah dari pemotongan, perakitan, modifikasi hingga terbentuknya produk jadi dengan menggunakan mesin, tenaga kerja, dan proses produksi yang terstruktur. Proses bisnis perusahaan manufaktur ini akan menciptakan hasil akhir produk yang memiliki nilai jual yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan.

Perusahaan manufaktur di Indonesia mengalami peningkatan jika dilihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS). Perhitungan tersebut dapat diukur dari nilai Indeks Produksi Industri Manufaktur (IPIM). IPIM sendiri merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan, penurunan atau perubahan produksi pada sektor industri manufaktur di suatu negara dalam periode waktu tertentu. Berdasarkan data dari BPS, berikut adalah perkembangan IPIM di Indonesia dari tahun 2013 hingga 2023.



Gambar 1. Diagram Indeks Produksi Industri Manufaktur di Indonesia Berdasarkan BPS

Nilai presentasi IPIM dihitung dengan cara membandingkan antara tingkat produksi industri manufaktur suatu tahun dengan tahun dasar yang telah ditentukan. Tahun dasar (*base year*) digunakan di Indonesia sebagai acuan atau titik referensi untuk menghitung perubahan dalam produksi industri manufaktur di Indonesia, tahun yang digunakan untuk tahun dasar ini adalah tahun 2010 dengan nilai dasar 100%. Nilai persentase dalam satu tahun dikatakan rendah atau menurun jika nilai IPIM lebih rendah dari IPIM dasar, jika sama dengan IPIM dasar maka tidak ada penurunan dan kenaikan, sedangkan jika lebih dari IPIM dasar maka terdapat peningkatan IPIM pada tahun tersebut.

Dilihat dari diagram di atas bahwa persentase IPIM dalam waktu 10 tahun terakhir setiap tahunnya mengalami peningkatan karena selalu lebih tinggi dari IPIM dasar. Peningkatan paling rendah 1.65% pada tahun 2020 sampai paling tinggi dengan kenaikan persentase sebesar 14.01% pada tahun 2019. Tahun 2020 merupakan IPIM dengan nilai kenaikan terendah karena adanya Covid-19 yang mempengaruhi produksi pada perusahaan manufaktur, namun demikian setelah tahun tersebut persentase IPIM semakin meningkat kembali.

Indeks produksi yang tinggi pada perusahaan manufaktur sejalan dengan transaksi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur. Transaksi penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, organisasi atau suatu perusahaan dengan cara mendistribusikan produknya untuk tujuan keuntungan dan kepuasan pelanggan. Bukti dari keberhasilan suatu proses jual beli yaitu dengan melihat *profit* yang dihasilkan dan banyaknya konsumen yang memakai atau membeli produk yang dijual. Berikut adalah *Flowchart* konsep transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur yang akan diteliti (Sumber: Prosedur Realisasi Produk Baru, 2023):



Gambar 2. Diagram Konsep Jual Beli Perusahaan Manufaktur

Berdasarkan pada diagram di atas, konsep transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur berawal dari pengenalan suatu produk kepada pelanggan hingga dengan penerbitan *invoice* sebagai tagihan pembayaran. Transaksi penjualan ini juga dapat berjalan secara berkelanjutan antara penjual dengan pembeli karena adanya kesepakatan dari kedua belah pihak untuk mencapai perjanjian yang bersifat saling menguntungkan dengan persyaratan yang tertuang pada *Memorandum of Understanding (MoU)*.

Meningkatnya industri manufaktur selama 10 tahun ke belakang membuktikan bahwa penjualan manufaktur di Indonesia mengalami kenaikan, namun dalam proses tersebut peneliti ingin menganalisis kesamaan dan keterkaitan proses penjualan pada perusahaan manufaktur dengan proses penjualan dalam perspektif ekonomi Islam. Proses penjualan dalam perspektif ekonomi Islam memiliki peranan yang cukup banyak, sebagaimana *akad* jual beli yang harus mengikuti hukum jual beli dalam Islam. Islam merupakan agama yang memiliki konsep komprehensif dan universal, tidak hanya untuk masalah ibadah (sholat, puasa, zakat, dan amalan ibadah yang lainnya), tetapi juga untuk semua yang berhubungan dengan kode etik sosial dengan tujuan kemaslahatan manusia itu sendiri (Jamaludin & Syafrizal, 2020). Islam merupakan agama yang memiliki perspektif tersendiri tentang pola dalam kerangka pembangunan perekonomian. Pembangunan ekonomi dari perspektif Islam mengambil dari sebuah konsep ekonomi yang berdasarkan atas prinsip dan konsep pada ajaran Islam yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadist (Septiani dkk, 2021). Al-Qur'an dan Hadist memuat ajaran yang lengkap dalam berbagai aspek tak terkecuali masalah keilmuan atau pendidikan, dan sosial ekonomi Islam.

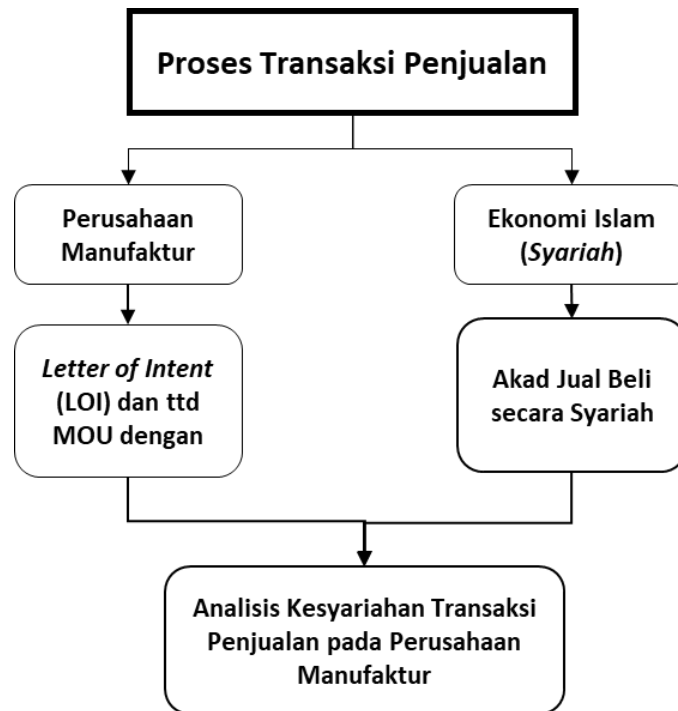
Ekonomi Islam (*Syariah*) merupakan suatu ilmu yang memberikan teori dan penjelasan mengenai ekonomi dengan dasar dari nilai ajaran agama Islam. Kata lainnya, ekonomi *Syariah* yaitu wujud implementasi dari konsep nilai Islam dalam menjalankan semua aktivitas ekonomi, baik aktivitas secara langsung maupun tidak langsung. Pembangunan ekonomi yang adil merupakan penerapan dari prinsip ekonomi *Syariah*. Praktik jual beli yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti larangan bunga atau *riba* dapat memberikan landasan yang kuat untuk meningkatkan distribusi kekayaan dan mengurangi ketidaksetaraan ekonomi (Misdawita dkk, 2024).

Proses transaksi jual beli dapat disebut dengan *akad*. *Akad* dapat diartikan sebagai tanda kesepakatan atas perjanjian serta ikatan antara pihak yang terkait. Beberapa *akad* atau perjanjian dalam ekonomi sudah diperkenalkan dalam Islam, seperti *mudharabah*, *murabahah*, *ijarah*, *ariyah*, *rahn*, *baidhaman ajil* dan sebagainya (Rachman dkk, 2022). Ekonomi *Syariah* mempunyai lima bentuk utama, yaitu *mudharabah* dan *musyarakah* (dengan pola bagi hasil), *murabahah*, *salam*, *istishna* (dengan pola jual beli) dan *ijarah* (dengan pola sewa operasional maupun finansial) (Rachman dkk, 2022).

Analisis mengenai keterkaitan antara transaksi penjualan pada *private equity* dalam perspektif ekonomi Islam membutuhkan beberapa penelitian terdahulu untuk mengetahui dan memahami pola transaksi penjualan dalam skema *private equity* yang telah dikaji. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sahla (2019) terdapat beberapa perubahan fenomena pemasaran dari *product-centric marketing* ke *consumer oriented marketing* ke *value-driven marketing*. Hal tersebut menjadikan adanya perubahan pada strategi pemasaran dan karakteristik tindakan dari suatu lembaga. Fokus dari penelitian ini yaitu tentang perbedaan karakteristik pemasaran pada ekonomi konvensional dengan pemasaran *syariah*. Wardana (2021) melakukan studi perbandingan antara pandangan konsep ilmu ekonomi konvensional dengan pembandingan konsep ilmu ekonomi Islam, namun fokus penelitiannya adalah rasionalitas ekonomi atau perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan. Berbeda dari dua penelitian di atas, Harahap (2022) melakukan penelitian mengenai perdagangan konvensional dengan membandingkan dan mengkaji transaksi jual beli pemasaran secara *online* dan *offline*. Adanya perubahan transaksi jual beli mulai dari awal transaksi hingga pembayaran dan serah terima produk dianalisis dan dikaji kelayakannya dengan hukum dan sistem yang ada pada ekonomi Islam.

Analisis pada penelitian ini tidak hanya berfokus mengenai karakteristik pemasaran atau rasionalitas ekonomi tetapi juga melihat kesamaan-kesamaan proses selama melakukan transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur yang dilihat dalam perspektif ekonomi Islam, khususnya pada bagian kesepakatan atau *akad* dari kedua belah pihak. Sistem *akad* yang digunakan dalam proses jual beli akan dibahas oleh peneliti lebih mendalam guna mendapatkan hasil dan kesimpulan yang relevan.

Kerangka berpikir digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap permasalahan yang akan dibahas dan diteliti. Alur pada kerangka pemikiran digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan pola transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur dengan ekonomi Islam secara menyeluruh dan sistematis. Diagram kerangka pemikiran mengenai proses transaksi penjualan antara perusahaan manufaktur dengan ekonomi Islam adalah di bawah ini:



Gambar 3. Diagram Proses Transaksi Penjualan pada Perusahaan Manufaktur dengan Ekonomi Islam (Syariah)

Penjelasan latar belakang, penelitian terdahulu dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan menunjukkan bahwa perlu dilakukan pengkajian dan pendalaman materi untuk menganalisis, mengetahui dan memberikan kontribusi yang lebih dalam mengenai keterkaitan proses transaksi penjualan pada suatu perusahaan *private equity* dengan transaksi penjualan dalam perspektif ekonomi Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi lapangan dimana sumber data yang digunakan adalah data primer yang meliputi hasil wawancara dengan *manager sales marketing* di bidang perusahaan *private equity*, dan data sekunder dikumpulkan berbentuk dokumen resmi seperti perjanjian antara penjual dan pembeli, prosedur, serta dokumen lain yang relevan dengan transaksi penjualan. Peneliti juga menjadikan buku jurnal, serta artikel yang berkaitan dengan *private equity* dan ekonomi Islam sebagai sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik wawancara, teknik observasi, teknik dokumentasi dan teknik triangulasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif yang mencakup reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Tempat dan waktu penelitian ini dilaksanakan pada salah satu perusahaan *private equity* (perusahaan manufaktur) sebagai berikut: PT. Advanex Precision Indonesia, yang beralamatkan di Bekasi International Industrial Estate, Jl Inti I Blok, C1 No 16

Cibatu, Cikarang Selatan, Kab. Bekasi, Jawa Barat 17530. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2025 sampai dengan Mei 2025.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan *private equity* di sektor manufaktur. Perusahaan manufaktur yang dianalisis merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang otomotif. Perusahaan ini sudah berdiri sejak tahun 2018 sampai dengan sekarang (2025). Induk perusahaan berada di negara Jepang, sehingga konsep manajemen secara struktural, proses produksi, dan bisnis yang dijalankan oleh perusahaan ini menganut pada kebudayaan dari negara Jepang.

Perusahaan manufaktur ini memproses bahan baku seperti material besi, kuningan, tembaga, perunggu dan *stainless* dalam bentuk *coil*, dan ada beberapa material yang menggunakan bahan baku seperti biji plastik (resin), lalu dibentuk menggunakan mesin *stamping* dan mesin injeksi untuk menghasilkan suatu produk yang akan digunakan untuk *sparepart* kendaraan roda empat dan roda dua. Produk jadi yang dihasilkan dari proses produksinya akan didistribusikan 90% ke pasar lokal dan 10% ekspor ke negara lain.

Studi ini dilakukan di perusahaan manufaktur tepatnya di PT. Advanex Precision Indonesia sejak Februari sampai dengan Mei 2025, namun jauh sebelum itu peneliti sudah ikut mengamati dan terlibat pada setiap proses transaksi penjualan secara langsung pada perusahaan tersebut karena peneliti merupakan salah satu karyawan dari departemen *sales* dan *marketing* sejak Februari 2022 sampai sekarang (2025). Keterangan di atas menjelaskan bahwa penelitian ini menggunakan teknik observasi, dimana dalam proses transaksi penjualannya peneliti ikut mengamati dan terlibat pada setiap prosesnya secara langsung.

Sistem Ekonomi pada *Private Equity* - Perusahaan Manufaktur

Karakteristik sistem ekonomi pada perusahaan manufaktur yang dianalisis oleh peneliti yaitu menggunakan kerangka sistem ekonomi konvensional, dimana di dalam sistemnya akan menggabungkan elemen dari sistem ekonomi kapitalis dengan ekonomi sosialis. Ekonomi konvensional terdiri atas dua sistem ekonomi yaitu ekonomi kapitalis dan ekonomi sosialis (Wijayanto, 2023) Sistem ekonomi kapitalis memiliki kebebasan berpendapat untuk mengembangkan ekonominya dengan caranya sendiri seperti berinovasi dan berkompetisi yang bertujuan meraih keuntungan dari bisnisnya dengan melalui kesepakatan bersama dengan pihak pelanggan (Wijayanto, 2023) Berbeda dengan ekonomi kapitalis, sistem ekonomi sosialis merupakan suatu sistem perekonomian dimana pada setiap kegiatannya ada campur tangan pemerintah dalam mengambil keputusan (Wijayanto, 2023)

Konsep sistem ekonomi perusahaan ini menganut kepada sistem ekonomi campuran antara sistem ekonomi kapitalis dengan sosialis. Sistem ekonomi

campuran pada perusahaan manufaktur ini lebih didominasi oleh sistem ekonomi kapitalis, dimana dalam proses transaksi penjualannya perusahaan bebas memberikan penawaran untuk menentukan harga pasar dan berdasarkan kepada kesepakatan antara penjual dengan pembeli. Harga produk yang ditentukan oleh penjual merupakan rincian dari biaya pengadaan, biaya produksi, biaya *manpower*, biaya administrasi dan yang lainnya, serta menginformasikan jumlah keuntungan yang didapatkan dari penjualan suatu produknya kepada pelanggan. Penentuan harga suatu produk pada perusahaan ini tidak ada campur tangan dari pemerintah, sehingga peran pemerintah sangat terbatas. Pemerintah hanya berperan untuk mengatur dan mengawasi perusahaan manufaktur melalui regulasi-regulasi pemerintah mengenai sistem pembelian bahan baku dan penjualan produk jadi yang akan didistribusikan di negara Indonesia. Setiap individu memiliki hak untuk mendirikan, mengorganisir, dan mengelola perusahaan yang diinginkan. Sistem ekonomi campuran ini tidak memasukkan peraturan dan dasar-dasar agama di dalamnya, walaupun terdapat beberapa kesamaan proses yaitu kesepakatan proses transaksi penjualan antara pihak penjual dan pembeli.

Hasil Wawancara dengan Narasumber mengenai Transaksi Penjualan Perusahaan Manufaktur

Narasumber yang diwawancarai secara mendalam yaitu seorang *manager sales marketing* di perusahaan manufaktur tersebut dengan pengalaman dibidangnya lebih dari 20 tahun. Wawancara telah dilakukan antara peneliti dengan narasumber pada 2 Juni 2025. Hasil analisis mengenai wawancara langsung dengan informan terpercaya yaitu mengenai proses transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur yang dianalisis adalah sebagai berikut:

1) Pengenalan Produk Kepada Pelanggan

Proses pengenalan produk kepada pelanggan merupakan langkah awal yang dilakukan oleh tim *sales* dan *marketing* guna mendapatkan perhatian dan ketertarikan dari pelanggan, sehingga pelanggan akan mempercayakan produknya dibuat di perusahaan tersebut. Pelanggan yang tertarik dengan produk pada perusahaan akan melakukan pengecekan keadaan perusahaan dengan *visit* dan melakukan beberapa permintaan untuk menunjang kelancaran kerja sama ke depannya, lalu pelanggan akan mengirimkan *drawing* untuk model produk yang akan diproduksi di perusahaan ini dan meminta estimasi harga untuk suatu produk tertentu.

2) Penerbitan Penawaran Harga atau *Quotation* kepada Pelanggan

Proses yang dilakukan di internal perusahaan sebelum penerbitan *quotation* adalah memastikan kesiapan terhadap permintaan dari pelanggan. Tim *sales marketing* akan menginformasikan mengenai proyek ini kepada departemen terkait seperti *engineering, planning production, quality control, purchasing, packing, finish goods* dan *delivery* untuk menganalisis kesiapan setiap departemen, mulai dari kesanggupan pembuatan *dies* / cetakan, proses

produksi, kualitas produk, pengadaan bahan baku, proses pengepakan sampai kepada pengiriman produk untuk produk tersebut. Setiap departemen akan saling berkolaborasi untuk mencapai target dan tujuan yang sama.

Proses selanjutnya yaitu membuat penawaran harga untuk suatu produk yang akan dilakukan oleh tim *sales marketing*. Isi dari *quotation* yang akan dikirimkan kepada pelanggan harus memasukkan data-data secara terperinci untuk semua biaya yang ditanggung selama proses pembuatan produk sampai kepada proses *delivery*, serta memasukkan proporsi persentase keuntungan yang akan diambil oleh penjual. Persentase keuntungan yang dimasukkan oleh penjual tidak ada batas maksimum ataupun minimum. Keuntungan suatu produk dapat dilihat dari tingkat kesulitan proses dan seberapa banyak kompetitor dalam membuat produk tertentu. Semakin sulit dan rumit proses pembuatan produknya atau semakin sedikit kompetitornya (sistem monopoli) maka semakin tinggi persentase keuntungan yang dimasukkan ke dalam *quotation*.

Tim *sales marketing* akan mengirimkan *final quotation* dengan persetujuan dari presiden direktur perusahaan kepada pelanggan. Arti dari pengiriman *quotation* yaitu perusahaan telah menyanggupi permintaan yang diberikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menganalisis *quotation* tersebut dan akan terjadi proses negosiasi harga jika menurut pelanggan harga yang diberikan oleh penjual terlalu tinggi. Harga dari suatu produk merupakan hasil kesepakatan dari kedua belah pihak.

3) Pembuatan *Dies* / Cetakan Produk

Proses pembuatan cetakan dilakukan setelah harga produk disepakati penjual dan pelanggan. Pelanggan akan meminta contoh produk yang dibuat oleh penjual, sehingga pelanggan akan mengirimkan *purchase order* (PO) untuk pembuatan cetakan produk kepada penjual, dan penjual akan mencari *supplier* yang bisa membuat cetakan produk tersebut sesuai dengan *drawing* yang diberikan oleh pelanggan.

Proses ini mewajibkan penjual untuk membuat dan mengirimkan jadwal perencanaan mulai dari jadwal pengiriman contoh produk sampai kepada *mass production* produk tertentu. Jadwal perencanaan ini dibuat dengan tujuan agar pada setiap prosesnya terjadwal dan tersusun dengan baik, jika terdapat beberapa kendala yang mengakibatkan keterlambatan atau ketidaksesuaian aktual waktu selama proses dengan jadwal perencanaan, penjual harus menginformasikannya kepada pelanggan.

4) Pengajuan Sampel Produk dan *Approval* Pelanggan

Proses selanjutnya setelah cetakan produk selesai yaitu pembuatan sampel produk oleh penjual untuk dikirimkan kepada pelanggan, setelah pelanggan menerima sampel yang dikirimkan oleh penjual, pelanggan akan melakukan pengecekan sampel tersebut. Sampel akan dikembalikan ke

penjual jika ada beberapa catatan yang harus diperbaiki. Penjual akan memberikan jangka waktu untuk perbaikan sampel kepada penjual sampai penjual bisa mengirimkan sampel dengan hasil yang bagus. Sampel yang sudah sesuai akan mendapatkan *approval* dari pelanggan dan pelanggan akan menerbitkan *Letter of Intent* (LoI) dan *Memorandum of Understanding* (MoU).

5) Penerbitan *Letter of Intent* (LoI) dan *Memorandum of Understanding* (MoU)

Letter of Intent (LoI) adalah rangkuman kebijakan-kebijakan yang harus diambil sebelum adanya MoU. Langkah pertama yang menandai akan dimulainya komitmen antara kedua belah pihak (penjual dan pembeli) dilakukan dengan cara pembuatan LoI (Astriyani dan Rinardi 2021). LoI diterbitkan oleh pelanggan dengan tujuan untuk awal komitmen dan perjanjian bisnis dengan cara merinci persyaratan-persyaratan awal yang harus dipenuhi oleh penjual. Isi dari LoI dalam perusahaan manufaktur menjelaskan tentang garansi produk yang akan diproduksi oleh penjual, dimana penjual harus menjamin ketersediaan produk dalam jangka waktu yang sudah ditetapkan dan disetujui oleh kedua belah pihak. Selain persyaratan untuk penjual, di dalam LoI pelanggan juga ikut berkomitmen akan membeli produk tersebut hanya kepada satu penjual saja, dan pelanggan menjamin akan membeli produk tersebut dalam jangka waktu yang telah ditentukan bersama. Satu LoI digunakan untuk satu item produk, sehingga setiap produk memiliki LoI yang berbeda-beda.

Memorandum of Understanding (MoU) merupakan suatu perjanjian yang memberikan kesempatan antara para pihak untuk saling bernegosiasi sehingga dapat mengatur kesepakatan dengan hasil perjanjian yang lebih terperinci dan mengikat untuk ke depannya. Isi pada MoU yaitu memuat keinginan dari masing-masing pihak yang mengatur kesepakatan dari proses awal hingga akhir suatu bisnis atau kerja sama (Adolf, 2008 dalam Setiyaningsih, 2020). MoU pada perusahaan manufaktur mengatur semua proses transaksi penjualan dari awal hingga akhir proses. Hal-hal penting yang tertuang di dalam MoU meliputi *update* harga setiap jangka waktu yang telah disepakati, garansi kualitas suatu produk, kesanggupan penjual untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, *delivery on time*, jangka waktu pembayaran dan hal-hal lain yang penting dalam berbisnis harus dimasukkan ke dalam MoU. Berbeda dengan LoI, MoU dibuat hanya satu untuk satu pelanggan, walaupun satu pelanggan membeli produk lebih dari satu kepada penjual, tetapi MoU yang dikeluarkan hanyalah satu MoU. MoU memiliki dasar hukum yang kuat seperti kontrak kerja sama antara penjual dengan pembeli.

6) Penerbitan *Official Purchase Order* (PO)

Pelanggan mengirimkan PO kepada penjual setiap bulannya untuk menginformasikan jumlah produk yang harus dikirim oleh penjual kepada pelanggan. PO tersebut berisikan informasi jenis produk yang akan dibeli, jumlah kebutuhan produk (qty) dan harga yang telah disepakati oleh penjual

dan pembeli. Proses selanjutnya yaitu penjual akan melakukan konfirmasi kesanggupan pengiriman produk dengan jumlah produk yang sudah diinformasikan oleh pelanggan sebelumnya dengan cara *sign back* PO.

7) Proses Produksi dan Pengecekan Produk

Langkah awal sebelum melakukan proses produksi pada perusahaan manufaktur yaitu penjual harus mempersiapkan semua kebutuhan untuk produksi, mulai dari pengadaan mesin, material, cetakan, perencanaan waktu produksi dan *man power* agar prosesnya bisa berjalan dengan lancar dan tepat waktu. Setelah semua bahan dan alat penunjang produksi telah lengkap dan siap untuk digunakan, maka penjual akan melakukan proses produksi setiap waktunya guna memenuhi kebutuhan dari pelanggan.

Sebelum proses pengemasan dan pengiriman produk dilakukan, penjual harus menganalisis dan melakukan pengecekan kelayakan produk dan kualitas produk pada setiap produk yang dihasilkan dari proses produksi tersebut oleh bagian *final inspection*. Bagian *final inspection* harus memastikan produk yang akan dikirim kepada pelanggan merupakan produk yang baik dengan kualitas yang bagus.

8) Proses Pengemasan dan *Delivery*

Penjual melakukan proses pengemasan produk dan mengirimkan produk tersebut tepat waktu sesuai dengan permintaan dari pelanggan. Penjual harus mengirimkan produk tepat waktu untuk menghindari terjadinya *stopline* atau berhentinya proses produksi di area produksi pelanggan. *Stopline* yang terjadi karena keterlambatan kedatangan produk dari penjual, akan mengakibatkan kerugian yang sangat besar bagi pelanggan dan pelanggan akan melakukan penagihan atas kerugian tersebut kepada penjual. Hal ini sudah tertuang pada MoU antara penjual dengan pelanggan.

9) Proses Penagihan Pembayaran (Penerbitan *Invoice*) dan Pembayaran

Produk yang sudah diterima oleh pelanggan akan ditagihkan pembayarannya oleh penjual. Penjual akan menerbitkan *invoice* kepada pelanggan dengan jumlah *amount* yang sesuai dengan jumlah produk yang telah diterima oleh pelanggan. Pelanggan akan melakukan pembayaran dengan waktu yang sudah disepakati pada saat *approval* MoU sesuai dengan *invoice* yang sudah dikirimkan oleh penjual kepada pelanggan.

Waktu pembayaran pada perusahaan manufaktur yang diteliti memiliki waktu yang berbeda-beda untuk setiap pelanggan, mulai dari 30 hari sampai kepada 60 hari setelah produk dikirim kepada pelanggan. Waktu pembayaran tersebut telah disepakati oleh penjual dan pembeli pada MoU perusahaan. Waktu pembayaran yang melebihi kesepakatan bersama akan dikenakan biaya perpanjangan waktu pembayaran dengan nominal denda 2% dari *invoice* yang telah diterbitkan oleh penjual kepada pembeli. Waktu

perpanjangan yang diberikan berbeda-beda sesuai dengan kesepakatan bersama antara kedua belah pihak.

Konsep Transaksi Penjualan dalam Ekonomi Islam

Konsep transaksi penjualan dalam ekonomi Islam berbeda dengan konsep ekonomi konvensional. Konsep pada ekonomi konvensional menggunakan motif aktivitas ekonomi yang mengarah kepada pemenuhan keinginan tak terbatas, sedangkan konsep ekonomi Islam lebih diarahkan bukan kepada pemenuhan keinginan namun pada kebutuhan dasar yang memiliki batasan tertentu. Konsep transaksi penjualan dalam ekonomi Islam mengedepankan prinsip keadilan dimana semua transaksi dan kegiatan ekonomi harus dilakukan dengan cara yang adil dan transparan. Keadilan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari penetapan harga hingga distribusi kekayaan.

Konsep transaksi penjualan dalam ekonomi Islam memiliki rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga proses jual beli tersebut dikatakan sah oleh syariat. Rukun dan syarat dalam proses transaksi penjualan merupakan suatu yang harus ada dan harus dipenuhi di dalam prosesnya, jika salah satu rukun dan syarat tidak terpenuhi maka proses transaksi tersebut bisa dinyatakan tidak sah (Hizbullah, 2024). Berikut adalah beberapa rukun dan syarat sah dalam proses transaksi penjualan ekonomi Islam.

1) Pelaku Transaksi Penjualan

Pelaku transaksi penjualan harus berakal sehat dan *mumayyiz*. Hal ini menandakan bahwa jika salah satu pelaku transaksi adalah orang gila atau tidak berakal sehat, maka transaksinya menjadi tidak sah. Ulama Hanafiah berpendapat dalam transaksi ini tidak mensyaratkan *baligh* atau dewasa, sehingga transaksi yang dilakukan oleh anak kecil dikatakan sah, akan tetapi banyak ulama berpendapat lain yang menyatakan bahwa orang yang melakukan *akad* harus telah *baligh* dan berakal (Hizbullah, 2024). Proses transaksi penjualan juga memiliki syarat bahwa pelaku transaksi harus lebih dari satu orang, sehingga harus ada pihak penjual sebagai pemberi produk yang akan di jual dan pembeli sebagai penerima produk.

2) *Akad* atau Kesepakatan

Proses transaksi penjualan dalam ekonomi Islam dilakukan antara penjual dan pembeli dengan adanya kesepakatan. Kesepakatan ini dilakukan dengan cara *akad* yang jelas, baik secara lisan maupun tertulis. Penjual dan pembeli harus melakukan *akad* tanpa adanya paksaan dan harus dengan niat serta cara yang baik. Transaksi ini dapat dikatakan tidak sah, jika salah satu pihak merasa terpaksa dan tidak setuju dengan syarat dan ketentuan dalam transaksi (Syahra dkk, 2024).

Menurut penjelasan para ulama Malikiyah dan Hanabilah transaksi penjualan dikatakan sah, meskipun tanpa *akad* dan tanpa kalimat *ijab qabul*

(serah terima produk) selama dalam transaksinya menjadi sebuah kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat umum. Transaksi penjualan ini dikatakan sah jika adanya kesepakatan dari kedua belah pihak tersebut (Syahra dkk, 2024).

3) Harga Produk yang disepakati

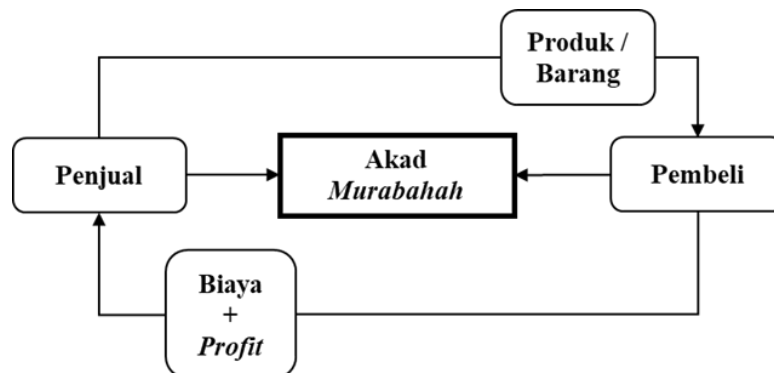
Harga produk yang akan diperjualbelikan harus berdasarkan kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli. Harga produk yang diberikan oleh penjual harus ditetapkan secara adil dan transparan, tanpa adanya unsur penipuan. Transaksi penjualan dapat berupa produk atau uang sesuai dengan kesepakatan. Transaksi penjualan bisa dikatakan tidak sah, ketika terjadi ketidaktransparan dan adanya penipuan dalam menetapkan suatu harga produk (Syahra dkk, 2024).

Bentuk Akad Transaksi Penjualan dalam Konsep Ekonomi Islam

Transaksi penjualan produk dalam konsep ekonomi Islam memiliki beberapa bentuk *akad* yang berbeda. Setiap *akad* memiliki syarat dan cara yang berbeda, semua diatur sesuai dengan ketentuan dalam konsep ekonomi Islam. Di bawah ini adalah penjelasan mengenai *akad* dalam transaksi penjualan suatu produk:

1) *Akad Murabahah*

Murabahah adalah istilah dalam Fiqih Islam yang berarti suatu bentuk transaksi penjualan tertentu, dimana penjual menetapkan biaya perolehan produk meliputi harga produk dan biaya lain yang dikeluarkan oleh penjual untuk memperoleh barang tersebut serta menginformasikan dan memasukkan keuntungan yang akan diambil dalam proses penjualan tersebut (Ascarya, 2006:83) Contoh perhitungan dalam transaksi penjualan *akad murabahah* yaitu seseorang membeli baju dengan harga Rp 100.000 kemudian menambahkan keuntungan sebesar Rp 20.000, maka total harga jual barang tersebut adalah Rp 120.000. Tingkat keuntungan yang diambil oleh penjual dalam *akad Murabahah* ini ditentukan dari kesepakatan antara penjual dan pembeli berdasarkan dari persentase biaya produk tersebut, sehingga penjual tidak dapat menentukan keuntungan setinggi-tingginya tanpa dasar. Berikut adalah diagram alur mengenai proses transaksi penjualan *akad murabahah*.

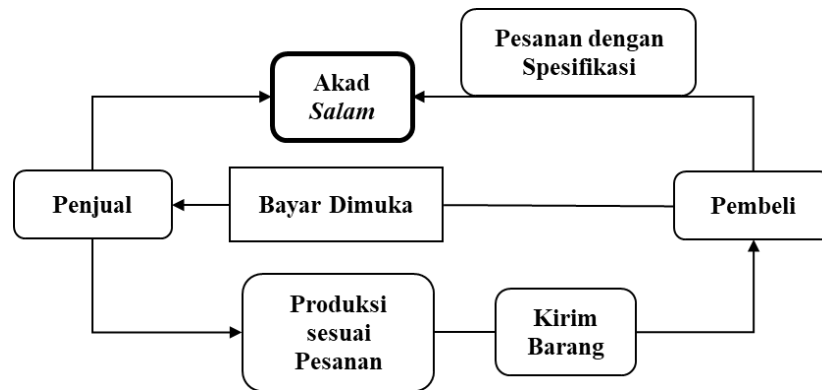


Gambar 4. Diagram Alur proses Transaksi Penjualan Akad Murabahah

2) *Akad Salam*

Akad Salam merupakan transaksi jual beli yang melakukan pembayaran di muka dan penyerahan produk di kemudian hari dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian (Ascarya, 2006:91). Transaksi dengan *akad salam* melakukan pembayaran terlebih dahulu namun produk yang akan diperjualbelikan belum tersedia dan harus dilakukan proses pembuatan produk tersebut terlebih dahulu. Meskipun pembeli sudah menyerahkan pembayaran dimuka namun sebelum produk diserahkan kepada pembeli, resiko terhadap produk tersebut sepenuhnya berada pada penjual. Pihak pembeli berhak untuk ikut meneliti untuk memastikan hasil produknya sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati, dan pembeli juga berhak untuk menolak produk tersebut jika ada kesalahan atau ketidaksesuaian spesifikasi produk sesuai dengan kesepakatan awal.

Akad salam hanya boleh dipergunakan untuk transaksi penjualan dengan komoditas yang memiliki kualitas dan kuantitasnya dapat diukur dan ditentukan dengan tepat. Kualitas dari produk yang akan diperjualbelikan dengan *akad salam* harus dengan karakteristik dan spesifikasi yang jelas dan terperinci, sehingga tidak akan menimbulkan perselisihan di kemudian hari. Waktu penyerahan produk harus ditetapkan sejak awal bersamaan dengan pesanan di awal proses (Ascarya, 2006:93). Berikut adalah diagram alur yang menggambarkan mengenai transaksi penjualan menggunakan *akad salam*:



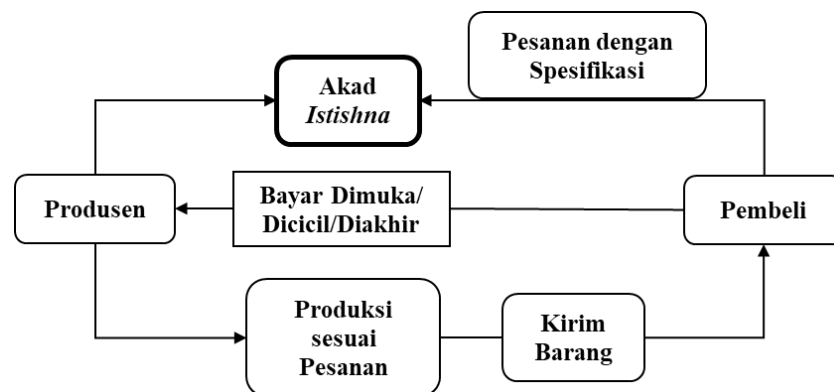
Gambar 5. Diagram Alur proses Transaksi Penjualan Akad Salam

3) *Akad Istishna*

Akad istishna digunakan untuk proses transaksi penjualan pemesanan suatu produk yang khusus dengan komoditas tertentu kepada perusahaan. Proses pada *akad Istishna* hampir sama dengan *akad salam*, yang membedakan antara keduanya yaitu negosiasi waktu pembayaran dan produk yang dihasilkan. Waktu pembayaran pada *akad istishna* bisa dilakukan di awal, di akhir ataupun dicicil sesuai dengan kesepakatan kedua

belah pihak. Produk yang dihasilkan dalam *akad* ini merupakan produk khusus yang tidak diperjualbelikan bebas di pasar umum. Perusahaan akan melakukan proses produksi untuk memenuhi permintaan pelanggan, spesifikasi produk harus rinci dan jelas untuk menghindari adanya kesalahan pada proses pembuatan produk, mulai dari bahan baku sampai kepada *drawing* produk yang diinginkan oleh pelanggan harus dengan rincian yang jelas dan perhitungan yang akurat. *Akad istishna* biasanya digunakan untuk perusahaan industri manufaktur (Ascarya, 2006:97).

Kontrak kerja sama yang dilakukan oleh penjual dengan pembeli dapat dibatalkan oleh kedua belah pihak jika proses produksi belum berjalan dan atas dasar kesepakatan pembatalan bersama, namun ketika perusahaan sudah mulai melakukan proses produksi untuk memenuhi permintaan pembeli maka kontrak kerja sama dalam *akad istishna* tidak dapat diputuskan secara sepihak. Berikut adalah diagram alur yang menggambarkan mengenai transaksi penjualan menggunakan *akad istishna*:



Gambar 6. Diagram Alur proses Transaksi Penjualan *Akad Istishna*

Prinsip Transaksi Penjualan dalam Konsep Ekonomi Islam

Prinsip transaksi penjualan ini berfokus kepada hal-hal yang dilarang atau tidak boleh dilakukan dalam transaksi penjualan berdasarkan dari peraturan dan norma Islam. Beberapa hal penting yang harus ditekankan dalam prinsip transaksi penjualan dalam ekonomi Islam seperti menjalankan *akad* (kesepakatan antara penjual dan pembeli) sesuai dengan ketentuan dalam ekonomi Islam, menghindari *riba* (bunga), menghindari *gharar* (ketidakpastian), adil dan menghindari penipuan. Rukun dan *akad* penjualan dalam ekonomi Islam sudah dijelaskan sebelumnya, semua proses penjualan tidak akan sah jika salah satu prinsip ekonomi Islam ada yang dilanggar. Berikut merupakan penjelasan secara garis besar mengenai poin penting dalam prinsip transaksi penjualan dalam ekonomi Islam:

1) Menjalankan *Akad* atau Kesepakatan

Akad atau kesepakatan antara penjual dan pembeli dilakukan dengan tujuan agar terjalin kerja sama yang sehat, saling merelakan dan terbentuknya kesepakatan sukarela tanpa paksaan dan tidak adanya penipuan dari kedua

belah pihak. *Akad* ini juga menjelaskan mengenai syarat transaksi dan kesepakatan harga dari kedua belah pihak dengan penuh kesadaran.

2) Menghindari *Riba* (Bunga)

Riba adalah tambahan biaya yang diambil dari pinjaman atau transaksi yang menimbulkan bunga. Konsep transaksi penjualan dalam ekonomi Islam melarang *riba* karena dapat menyebabkan ketidakadilan kepada salah satu pihak. Contoh dari *riba* yaitu seseorang yang meminjam uang dari orang lain, namun syarat pengembaliannya adalah dengan menambahkan nominal yang sudah ditentukan atau pengembalian uang lebih dari jumlah yang dipinjamkan. Proses transaksi jual beli juga dapat menimbulkan *riba* jika dalam transaksinya melibatkan bunga atau keuntungan yang tidak adil, transaksi tersebut dianggap tidak sah dan bertentangan dengan prinsip *syariah* (Syahra dkk, 2024). Berikut adalah beberapa ayat yang ada di dalam Al-Qur'an mengenai larangan untuk *riba* di dalam transaksi penjualan: QS 2:275 disebutkan bahwa "Allah menghalalkan perniagaan dan mengharamkan *riba*" dan QS 4:29 menyebutkan bahwa "*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu*".

3) Menghindari *Gharar* (Ketidakpastian)

Gharar merujuk pada ketidakpastian di dalam transaksi penjualan, sehingga dapat menimbulkan masalah dan perselisihan antara penjual dengan pembeli. Adanya *gharar* pada proses penjualan mengenai harga produk, spesifikasi produk atau waktu pengiriman mengakibatkan transaksi tersebut menjadi tidak sah. Transaksi penjualan dalam ekonomi Islam mengajarkan bahwa semua aspek transaksi harus jelas dan transparan untuk menghindari perselisihan di kemudian hari.

4) Adil dan Menghindari Penipuan

Ketidakadilan dan penipuan dalam transaksi penjualan terjadi karena adanya informasi yang tidak benar dan dapat merugikan salah satu pihak. Hal-hal yang dikatakan penipuan dalam transaksi penjualan yaitu menyembunyikan cacat produk, memberikan informasi produk yang tidak sesuai dan memanipulasi rincian biaya untuk menentukan harga produk. Penipuan dilarang dalam Islam karena akan merugikan dan ketidakadilan salah satu pihak dalam melakukan transaksi, oleh karena itu transparansi dan kejujuran sangat dijunjung tinggi dan menjadi poin penting dalam melakukan setiap transaksi penjualan.

Pembahasan

Analisis Umum Transaksi Penjualan di Perusahaan Manufaktur

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang merupakan bagian dari *private equity* sebagai objek penelitian. Perusahaan ini bergerak di sektor otomotif dan berafiliasi dengan perusahaan induk dari Jepang. Sistem kerja yang ada pada perusahaan manufaktur ini menganut pada nilai dan kedisiplinan dari budaya Jepang. Produksi yang dijalankan yaitu berbasis pesanan dengan proses transaksi penjualannya melalui tahapan yang sangat terstruktur guna mempermudah menghasilkan produk yang baik dan bagus. Tahapannya mulai dari pengenalan produk, *quotation*, pembuatan cetakan atau *dies*, pengiriman sampel produk, penandatanganan dokumen legal (LoI dan MoU) sebagai tanda kesepakatan oleh penjual dan pembeli, hingga penerbitan *invoice* dan pelunasan pembayarannya. Selama penelitian berlangsung, peneliti juga sebagai karyawan aktif di bagian *sales & marketing*, sehingga dapat memberikan keunggulan observasi penelitian ini (observasi partisipatif) dan mendapatkan data yang akurat mengenai sistem penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

Sistem Ekonomi pada Perusahaan Manufaktur dan Ekonomi Islam

Perusahaan manufaktur yang diteliti menggunakan sistem ekonomi campuran antara ekonomi kapitalisme dengan ekonomi sosialisme. Meskipun campuran unsur ekonomi kapitalisme lebih dominan jika dibandingkan dengan ekonomi sosialisme karena perusahaan bebas untuk menentukan harga produk, pengambilan keuntungan dan mekanisme pemasaran. Pihak pemerintah hanya sebagai pengawas regulatif, tidak dapat masuk dalam sistem penjualan di perusahaan.

Berbeda dengan sistem ekonomi pada perusahaan manufaktur yang menganut ekonomi campuran. Walaupun dalam mekanismenya terdapat kesamaan dengan ekonomi pada perusahaan manufaktur, ekonomi Islam dibangun berdasarkan prinsip keadilan, transparansi, kesepakatan (*akad*), dan larangan eksploitasi atau merugikan salah satu pihak. Pernyataan di atas memberikan informasi mengenai adanya kesamaan dan perbedaan antara transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur dengan sistem ekonomi Islam, sehingga penting untuk membahas bagaimana transaksi penjualan yang terjadi di perusahaan manufaktur ini dapat dibandingkan dan dikaitkan kepada prinsip-prinsip ekonomi Islam tersebut.

Keterkaitan dan Kesamaan antara Transaksi Penjualan Perusahaan Manufaktur dengan Ekonomi Islam

Perusahaan manufaktur secara eksplisit tidak didasarkan pada prinsip dan sistem ekonomi Islam, namun ada beberapa keterkaitan dan kesamaan antara kedua sistem ekonomi tersebut. Pembahasan mengenai keterkaitan dan kesamaan antara proses transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur dengan sistem ekonomi Islam adalah sebagai berikut:

1) Kesepakatan Harga (*Quotation*)

Perusahaan manufaktur menentukan harga suatu produk berdasarkan biaya produksi dan margin keuntungan, lalu dinegosiasikan dengan pelanggan hingga terjadi kesepakatan antara penjual dengan pelanggan. Proses yang sama dilakukan saat transaksi penjualan menggunakan konsep ekonomi Islam dimana penetapan harga berdasarkan kesepakatan (*akad*) secara sukarela, transparan dan adil antara kedua belah pihak. Proses ini telah memenuhi prinsip transparansi dan menghindari penipuan dalam menentukan harga suatu produk.

2) Transparansi Biaya

Perusahaan manufaktur menginformasikan kepada pelanggan mengenai rincian biaya secara terbuka dan keuntungan dari menjual suatu produknya kepada pelanggan. Prinsip dalam ekonomi Islam pun mewajibkan transparansi dan kejujuran dalam melakukan transaksi penjualan, sehingga tidak akan menimbulkan masalah dikemudian hari. Penjelasan ini telah memenuhi prinsip pada ekonomi Islam yaitu melakukan transparansi dan menghindari penipuan.

3) Proses Pembuatan Produk Berdasarkan Pesanan

Proses pembuatan produk dalam perusahaan manufaktur yaitu setelah adanya kesepakatan dengan pelanggan yang menginformasikan dengan jelas dan terperinci mengenai spesifikasi produk dan penerbitan PO dari pelanggan, dan masalah pembayarannya dilakukan di akhir. Proses ini sama dengan *akad istishna* yaitu pemesanan produk khusus kepada produsen atau perusahaan dengan menginformasikan spesifikasi dari pelanggan dan kedua belah pihak akan melakukan kesepakatan pembayaran di awal, dicicil ataupun di belakang. Mekanisme ini sama dengan transaksi yang dilakukan dalam ekonomi Islam.

4) Dokumen Legal (LoI dan MoU)

Dokumen LoI dan MoU dalam perusahaan manufaktur berfungsi untuk mengikat kesepakatan antara penjual dengan pembeli dalam perjanjian kerja sama. Proses ini dalam ekonomi Islam disebut dengan *akad*, di dalam *akad* perjanjian dalam transaksi penjualan mengatur hak dan kewajiban antara kedua belah pihak secara tertulis, sehingga dalam prosesnya antara penjual dan pembeli masing-masing memiliki porsi tanggung jawab yang berbeda. Kedua sistem ekonomi tersebut menggunakan dokumen tertulis sebagai bentuk kejelasan hukum di dalam melakukan suatu perjanjian kerja sama.

Perbedaan Transaksi Penjualan pada Perusahaan Manufaktur dengan Ekonomi Islam

Transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur dengan ekonomi Islam juga memiliki beberapa perbedaan di dalam prosesnya. Hal ini yang menjadi poin penting untuk mengetahui bagaimana perbedaan mendasar antara kedua sistem ekonomi tersebut. Berikut adalah penjabaran perbedaan transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur dengan ekonomi Islam:

1) Motif Ekonomi

Perusahaan manufaktur memiliki tujuan penjualan untuk selalu memaksimalkan keuntungan (*profit oriented*), sehingga perusahaan manufaktur tidak memikirkan aspek kepatuhan pada agama di dalam prosesnya, asalkan pelanggan menyepakati perjanjian kerja sama maka melanggar aturan agama bisa saja dilakukan oleh perusahaan manufaktur. Hal ini bertentangan dengan konsep ekonomi Islam yaitu melakukan proses transaksi penjualan dengan tujuan keberkahan dan keadilan sosial dengan mengedepankan norma dan nilai dalam ajaran agama Islam.

2) Penentuan Margin Keuntungan

Penentuan margin keuntungan pada perusahaan manufaktur dilihat dari kesulitan dan kelangkaan produk yang dihasilkan, tidak ada batasan dalam penentuan margin keuntungan, semakin sulit dan semakin langka produk tersebut, maka keuntungan yang dimasukkan oleh perusahaan juga semakin tinggi, tentunya hal ini juga atas dasar kesepakatan dengan pelanggan. Ekonomi Islam tidak mengajarkan untuk melakukan eksploitasi dalam transaksi penjualan, dalam konsep ekonomi Islam penentuan margin keuntungan harus didasarkan oleh aspek keadilan dan mengambil keuntungan dalam batasan yang wajar, sehingga tidak merugikan salah satu pihak di dalam proses transaksinya.

3) Sanksi atau Denda Keterlambatan Pembayaran

Perusahaan manufaktur menetapkan penambahan biaya atau denda untuk keterlambatan pembayaran *invoice* sebanyak 2%. Pernyataan ini sudah tercantum didalam perjanjian kerja sama secara tertulis (MoU). Hal ini tidak sejalan pada prinsip ekonomi Islam, dimana dalam transaksi penjualan Islam melarang adanya *riba* dan penambahan apa pun seperti denda jika terjadi keterlambatan pembayaran.

4) Kontrak Bisnis

Kontrak bisnis secara tertulis yang dilakukan perusahaan manufaktur berdasarkan pada hukum umum yang mengedepankan kepentingan bisnis tanpa melihat norma dan nilai dalam ajaran agama. Konsep ekonomi Islam

melakukan kontrak bisnis dengan cara menggunakan *akad syariah* agama Islam yang harus memenuhi rukun dan syarat sah penjualan.

5) Peran Agama

Proses transaksi pada perusahaan manufaktur tidak mempertimbangkan aturan agama seperti halal dan haram dalam suatu transaksi, sehingga didalam surat perjanjian kerja sama perusahaan manufaktur tidak menuliskan larangan yang dapat membuat transaksi penjualan menjadi tidak sah menurut agama. Konsep ekonomi *syariah* mengedepankan niat yang baik, proses transaksi yang benar, hasil yang bermanfaat dan menjamin kehalalan saat proses awal produksi hingga menghasilkan suatu produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian, observasi secara langsung, wawancara mendalam dengan narasumber terpercaya dan menganalisis sistem transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur yang merupakan bagian dari *private equity* dan dengan membandingkan serta melihat keterkaitan, kesamaan dan perbedaan dengan konsep ekonomi Islam, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Transaksi yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur memiliki kesamaan dan keterkaitan proses dengan prinsip transaksi pada ekonomi Islam, kesamaannya antara lain adalah mengenai kesepakatan harga, transparansi biaya, proses pembuatan produk berdasarkan pada pesanan, dan dokumen legal. Beberapa ketidaksesuaian proses antara transaksi penjualan perusahaan manufaktur dengan konsep ekonomi Islam juga ditemukan dalam penelitian ini yaitu pada prinsip ekonomi yang dijalankan seperti motif ekonomi, penentuan margin keuntungan, kontrak bisnis, peran agama dan yang paling penting adalah aspek *riba*.

Proses transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur memiliki kesamaan struktur proses dengan *akad istishna* karena dalam prosesnya produk yang diproduksi berdasarkan dengan spesifikasi yang diinformasikan oleh pelanggan pada awal kerja sama, adanya kesepakatan harga di awal kerja sama, pembayaran sesuai kesepakatan, produk yang dibeli oleh pelanggan belum tersedia, sehingga penjual harus melakukan proses produksi khusus untuk menghasilkan barang yang diinginkan oleh pelanggan. Perbedaannya adalah pada *akad istishna* tidak membenarkan dengan adanya denda atau *riba* sebanyak 2% dari nilai *invoice* jika terjadi keterlambatan pembayaran oleh pelanggan.

SARAN

Berdasarkan atas hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Peneliti berharap penelitian ini bisa menjadi motivasi baru bagi pembaca, dan menciptakan penelitian lanjutan untuk mengevaluasi dan menganalisis lebih dalam dampak dari penerapan ekonomi Islam dalam sistem transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk melakukan pengukuran tingkat efisiensi dan keberhasilan dalam prinsip ajaran Islam apabila sistem ekonomi Islam diterapkan pada perusahaan manufaktur.

Perusahaan manufaktur dapat mengintegrasikan konsep ekonomi Islam dan praktiknya di dalam transaksi penjualannya. Salah satu caranya yaitu dengan mengganti denda keterlambatan pembayaran *invoice* dengan diskon pembayaran cepat, membuat margin keuntungan berdasarkan pada kesepakatan yang adil bukan atas dasar dominasi pasar, menuliskan dan membuat *akad* tertulis dengan memasukkan konsep ekonomi Islam seperti rukun dan syarat transaksi penjualan berdasarkan konsep jual beli Islam. Penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam transaksi penjualan pada perusahaan manufaktur dapat memperluas wilayah pasar penjualan, khususnya pada pasar yang mengedepankan norma dan menjaga nilai-nilai etika dalam berbisnis berdasarkan *syariat* Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, S. (2021). Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan struktur aktiva terhadap struktur modal (Studi pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018–2019). *LPPM STIE-GK Muara Bulian*, 1, 332–346. <https://www.ejournal.ugkmb.ac.id/index.php/jm/article/download/124/117/120>
- Ascarya. (2006). *Akad dan produk bank syariah*. Rajawali Pers.
- Astriyani, W., & Rinardi, H. (2021). Hubungan Letter of Intent (LoI) International Monetary Fund dan perkembangan ekonomi khususnya sektor perbankan Indonesia (1997–2006). *Historiografi*, 2(2), 118–127. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/historiografi/article/view/32859>
- Hadiputra, A. A. (2022). *Private equity: Agen restrukturisasi*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/359936580_Private_Equity_Agen_Restrukturisasi
- Harahap, R. S. (2022). *Transaksi e-commerce menurut perspektif ekonomi Islam* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara]. <https://repository.umsu.ac.id/jspui/bitstream/123456789/18617/1/Skripsi%20Raina%20Sari%20Harahap.pdf>
- Hizbullah, P. S. (2024). Perspektif hukum ekonomi syariah terhadap jual beli pada tempat yang dilarang. *Al Itmamiy: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)*, 6(1), 81–96. <https://doi.org/10.55606/ai.v6i1.246>

- Jamaludin, & Syafrizal, R. (2020). Konsep dasar ekonomi menurut syariat Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 12(1), 5. <https://ejournalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/AI/article/view/246>
- Misdawita, M., Putri, A., & Muhammad, R. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan konsep ekonomi syariah dalam kehidupan masyarakat wilayah pesisir Kepulauan Meranti. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(3), 2591-2597. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/14571/5983>
- Rachman, A., Atiqi, C., Muklis, Dewi, R., Aisyah, D. R., & Simatupang. (2022). Dasar hukum kontrak (akad) dan implementasinya pada perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 47. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3616/1945>
- Sahla, H. (2019). Konsep pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Pionir LPPM*, 5(2), 57-61. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1294792&val=17405&title=KONSEP%20PEMASARAN%20DALAM%20PERSPEKTIF%20EKONOMI%20ISLAM>
- Septiani, A., & Thamrin, H. (2021). Urgensi ekonomi syariah dalam menghadapi ekonomi global. *Аперосклероз*, 17(1), 52-61. <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIP/article/view/1063/811>
- Setiyaningsih, D., & Budhisulistiyawati, A. (2020). Kedudukan dan kekuatan hukum memorandum of understanding (MoU) sebagai tahap prakontrak (kajian dari sisi hukum perikatan). *Jurnal Privat Law*, 8(2), 173. <https://doi.org/10.20961/privat.v8i2.48405>
- Syahra, N. A., Yasintha, F., Tuzahara, R., Azmi, N., & Wiamanto. (2024). Konsep jual beli dalam perspektif fiqih muamalah dan implikasinya terhadap ekonomi syariah. <https://ejournal.aripafi.or.id/index.php/Hikmah/article/view/256/325>
- Wardana, A. (2024). Analisis konsep rasionalitas perspektif ekonomi Islam (Studi perbandingan konsep ekonomi konvensional dengan konsep ekonomi Islam). *Al-Azhar*, 11(1), 33-44. <https://jurnal.staialazharpekanbaru.ac.id/ea5f89c3-f2fa-4d45-a939-8cc10e778064>
- Wijayanto, B. (2023). Islamic world view: Perbandingan ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. *Buletin Al-Adalah*, 112-125. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/budai/article/view/41227/10698>