

Analisa Perbandingan Sikap Rasional Produsen Konvensional dengan Tujuan Memaksimalkan Keuntungan dan Sikap Rasional-Islami Produsen Muslim dengan Tujuan Memaksimalkan Masalah

Dwi Umardani

FEB Institut Rahmadiyah Sekayu, Sumatera Selatan

umardani_sumsel@yahoo.com

ABSTRACT

This research is conducted to find out the attitude differences of conventional producer and moslem producer on various economic cases. The method used is a qualitative method with primary and secondary data collected through literature review and analyzed using a comparative method. The results found that since the source of knowledge of the two producers are different, both have many different attitudes on various economic cases; such as (1) According to conventional producer, the true meaning of profit is profit in the material sense, while according to moslem producer, the true meaning of profit is profit in the material and immaterial sense (2) Conventional producer will tend to follow all market demands, while moslem producer will only follow market demands that are in line with the values of wahyu (3) In the perspective of conventional producer, the principle of implementing CSR activities is because it is required by laws and regulations as well as rational awareness to create a conducive corporate environment to maximize material profit, , while from the perspective of moslem producer, the principle of implementing CSR activities is not only because it is required by laws and regulations but more than that because those social responsibility activities are ordered by Allah SWT as well as the rational-islamic awareness that creating a conducive corporate environment can maximize two profits at once, namely material and immaterial profits (4) Conventional producer will create products that can increase consumer utility, while moslem producer will create products that can maximize consumer masalah.

Keywords: Conventional producer, moslem producer, profit, market demand, CSR, and product.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan sikap produsen konvensional dan sikap produsen muslim atas berbagai kasus ekonomi. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui kajian pustaka kemudian dianalisa dengan metode komparatif. Hasilnya ditemukan bahwa karena sumber ilmu pengetahuan kedua produsen tersebut berbeda, keduanya memiliki banyak perbedaan sikap atas beragam kasus ekonomi; seperti diantaranya (1) Menurut produsen konvensional pengertian keuntungan sejatinnnya adalah keuntungan dalam pengertian materi, sementara menurut produsen muslim pengertian keuntungan sejatinya adalah keuntungan dalam pengertian materi dan immateri (2) Produsen konvensional akan cenderung mengikuti semua market demand, sementara produsen muslim hanya akan mengikuti market demand yang sejalan dengan nilai-nilai wahyu (3) Dalam perspektif produsen konvensional prinsip melaksanakan kegiatan CSR adalah karena diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan serta kesadaran rasional menciptakan lingkungan perusahaan yang kondusif untuk

memaksimalkan keuntungan materi, sementara dalam perspektif produsen muslim prinsip melaksanakan kegiatan CSR tidak hanya karena diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan tetapi lebih dari itu karena kegiatan tanggung jawab sosial tersebut diperintahkan oleh Allah SWT serta kesadaran rasional-islami bahwa menciptakan lingkungan perusahaan yang kondusif dapat memaksimalkan dua keuntungan sekaligus yaitu keuntungan materi dan immateri (4) Produsen konvensional akan menciptakan produk yang dapat meningkatkan utility konsumen, sementara produsen muslim akan menciptakan produk yang dapat memaksimalkan masalah.

Kata kunci; Produsen konvensional, produsen muslim, keuntungan, permintaan pasar, CSR, dan produk.

PENDAHULUAN

Dalam kajian ekonomi konvensional, produsen selalu diasumsikan bersikap rasional dengan tujuan memaksimalkan keuntungan. Sikap rasional adalah cara berfikir dimana seseorang akan cenderung bertindak berdasar pada nalar logika manusia sementara keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dikurangi biaya total.

Sejalan dengan produsen, konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional selalu diasumsikan bersikap rasional dengan tujuan memaksimalkan utility. Sikap rasional, sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, adalah cara berfikir dimana seseorang akan cenderung bertindak berdasar pada nalar logika manusia sementara utility adalah nilai manfaat dari produk yang dirasakan konsumen pada saat mengkonsumsi berbagai jenis produk atau kepuasan yang diperoleh konsumen setelah merasakan nilai manfaat dari berbagai jenis produk yang dikonsumsi.

Karena sikap produsen adalah rasional dan tujuannya adalah memaksimalkan keuntungan sementara sikap konsumen adalah rasional dan tujuannya adalah memaksimalkan utility, produsen dalam melaksanakan aktifitas produksinya akan secara logis diarahkan kepada tujuan pemaksimalan keuntungan dengan cara mengikuti permintaan pasar yang menggambarkan minat konsumen rasional dengan tujuan memaksimalkan utility.

Dalam hal ini, produsen hanya diwajibkan patuh pada peraturan perundang-undangan seperti tidak melakukan penipuan, tidak melakukan pemalsuan, tidak melakukan pemaksaan, dan lainnya. Dengan demikian, selama keuntungan maksimal dapat dicapai dengan tidak melanggar peraturan perundang-undangan, produsen akan termotivasi untuk merespon permintaan produk yang wujud di pasar.

Berbeda dengan produsen dalam kajian konvensional, dalam kajian ekonomi Islam, produsen muslim selalu diasumsikan bersikap rasional-islami dengan tujuan memaksimalkan masalah. Sikap rasional-islami adalah pola pikir dimana seseorang akan cenderung bertindak berdasarkan pada nalar logika manusia plus wahyu sementara masalah adalah tujuan diturunkannya wahyu untuk manusia yaitu untuk memelihara kemaslahatan umat manusia. Menurut Imam As-Syatibi masalah ada lima; (1). Memelihara jiwa atau kehidupan (2). Memelihara akal atau intelektual (3). Memelihara agama atau spiritual (4). Memelihara keluarga atau keturunan (5).

Memelihara harta benda atau properti. Dengan demikian masalah dalam konteks ini adalah selisih antara penerimaan total dikurangi biaya total plus wahyu.

Sejalan dengan produsen muslim, konsumen muslim dalam perspektif ekonomi Islam juga selalu diasumsikan bersikap rasional-islami dengan tujuan memaksimalkan masalah. Sikap rasional-islami, sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, adalah cara berfikir dimana seseorang akan cenderung bertindak berdasar pada nalar logika manusia plus wahyu, sementara masalah adalah tujuan diturunkannya wahyu bagi manusia untuk memelihara kelima kebutuhan dasar manusia sebagaimana telah disebutkan sebelumnya. Jadi masalah dalam pengertian ini adalah utility plus wahyu; nilai manfaat dari produk yang dirasakan konsumen pada saat mengkonsumsi berbagai jenis produk yang sejalan dengan nilai-nilai wahyu atau kepuasan yang diperoleh konsumen setelah merasakan nilai manfaat dari berbagai jenis produk yang sejalan dengan nilai-nilai wahyu.

Karena sikap produsen muslim adalah rasional-islami dan tujuannya adalah memaksimalkan masalah demikian juga sikap konsumen muslim adalah rasional-islami dan tujuannya adalah memaksimalkan masalah, produsen muslim dalam menjalankan aktifitas produksinya akan secara logis-islami diarahkan kepada tujuan pemaksimalan masalah; produsen muslim akan cenderung mengikuti permintaan pasar yang menggambarkan minat konsumen selama permintaan produk-produk tersebut sejalan dengan nilai-nilai wahyu untuk memaksimalkan masalah.

Dalam hal ini, produsen muslim tidak hanya diwajibkan patuh pada peraturan perundang-undangan seperti tidak melakukan penipuan, tidak melakukan pemalsuan, tidak melakukan pemaksaan, dst, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai wahyu. Dengan demikian, meski keuntungan dapat dicapai dengan tidak melanggar peraturan perundang-undangan, namun jika tidak sejalan dengan nilai-nilai wahyu, produsen muslim tidak akan termotivasi untuk merespon permintaan produk tersebut.

Dari penjelasan singkat di atas, tampak ada perbedaan perilaku antara produsen konvensional dan produsen muslim. Oleh karena itu, pada kesempatan yang terbatas ini, penulis bermaksud akan melakukan kajian lebih lanjut dengan melakukan analisa perbandingan kepada kedua produsen konvensional dan produsen muslim dengan judul "Analisa Perbandingan Sikap Rasional Produsen Konvensional dengan Tujuan Memaksimalkan Keuntungan dan Sikap Rasional-Islami Produsen Muslim dengan Tujuan Memaksimalkan Masalah".

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan data primer dan sekunder. Data primer yang dimaksud adalah buku-buku seperti buku Prinsip-Prinsip Ekonomi yang ditulis oleh Karl E. Case dan Ray C. Fair, buku al-Madkhal li al-Fikr al-Iqtishad fi al-Islam yang ditulis oleh Said Sa'ad Marthon, buku Ekonomi Islam yang ditulis oleh PPPEI Universitas Islam Indonesia, buku Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer yang ditulis oleh Adiwarmanto. A. Karim, dan buku Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam yang ditulis oleh Mustafa Edwin Nasution dkk.

Sementara data sekunder yang dimaksud adalah buku-buku atau literatur-literatur lain yang relevan dengan tema bahasan tersebut. Teknik pengumpulan datanya dilakukan melalui kajian pustaka yaitu dengan mengumpulkan data melalui beberapa sumber bacaan utama di atas serta buku-buku atau literatur-literatur lain yang relevan dengan tema bahasan yang sedang ditelaah hingga memperoleh informasi yang cukup untuk mengidentifikasi masalah yang sedang dibahas. Metode analisa data yang digunakan adalah metode analisa komparatif yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan data menjadi dua kelompok, kemudian menganalisanya dengan cara membandingkan kedua kelompok data tersebut untuk menemukan perbedaan sikap produsen konvensional dan produsen muslim atas berbagai kasus kegiatan ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produsen Konvensional; Sikap Rasional dengan Tujuan Memaksimalkan Keuntungan

Ekonomi konvensional menjadikan akal sebagai satu-satunya sumber ilmu pengetahuan yang mendasari ilmu ekonominya. Menurutnya akal lah yang berperan memproses informasi yang diserap oleh panca indra menjadi ilmu pengetahuan. Sementara sumber lain seperti wahyu jangkauannya dianggap melebihi jangkauan panca indra sehingga tidak dapat diserap oleh panca indra dan tidak dapat diproses oleh akal. Karena alasan-alasan serupa lainnya, ekonomi konvensional hanya menerima akal sebagai satu-satunya sumber ilmu pengetahuan yang mendasari ilmu ekonominya.

Akal sebagaimana diketahui, sifat dasarnya adalah materi, ia mempunyai kemampuan memahami tetapi terbatas hanya pada sesuatu yang bersifat materi atau fisik; akal memiliki daya analisa dan prediksi hanya pada variabel-variabel yang bersifat materi atau fisik sebaliknya akal tidak memiliki daya analisa dan prediksi sama sekali pada variabel-variabel lain yang bersifat immateri atau nonfisik. Dengan karakteristik akal yang demikian, ekonomi konvensional tidak dapat membangun pengetahuan ilmu ekonominya dengan variabel-variabel lain selain variabel-fisik yang bersifat materi atau fisik tersebut.

Dengan pola pikir demikian, ekonomi konvensional memiliki banyak keterbatasan cara pandang seperti diantaranya keterbatasan cara pandangnya untuk melihat batas akhir dari tujuan hidup manusia. Kemampuan terbatas akalnya tidak mampu melihat kehidupan lain selain kehidupan di dunia. Menurutnya kehidupan lain selain kehidupan di dunia tidak dapat diserap oleh panca indra dan tidak dapat dicerna oleh akal. Dengan demikian ekonomi konvensional tidak dapat melihat batas akhir dari tujuan hidup manusia kecuali sebatas pada kehidupan di dunia saja.

Karena dasar ilmu pengetahuannya adalah akal dan batas akhir dari tujuan hidupnya adalah kehidupan di dunia, ekonomi konvensional hanya melakukan analisa dan prediksi ekonomi pada variabel-variabel yang bersifat materi atau fisik untuk kepentingan manusia sebatas pada kehidupan di dunia saja. Karena cara pandang itu, kesan materi atau fisik dalam setiap analisa dan prediksi ekonomi konvensional

sangat terasa sekali seperti analisa dan prediksinya terhadap perilaku produsen yang diasumsikan selalu bersikap rasional dengan tujuan memaksimalkan keuntungan. Dengan kata lain, produsen diasumsikan selalu mengambil kesimpulan berdasar pada fakta dan data yang ada serta dapat dibenarkan oleh nalar logika untuk mendapatkan selisih maksimal antara penerimaan total dan biaya total.

Produsen Muslim; Sikap Rasional-Islami dengan Tujuan Memaksimalkan Masalah

Tidak sebagaimana ekonomi konvensional, meski ekonomi Islam mengakui peran penting akal dalam memproses informasi yang diserap oleh panca indra menjadi ilmu pengetahuan (QS Al-'Ankabut (29): 43, QS Al-Mulk [67]: 10, QS Hud [11]: 51, dst), namun akal memiliki kemampuan terbatas; akal dapat melakukan analisa dan prediksi pada variabel-variabel yang bersifat materi atau fisik untuk kepentingan hidup manusia namun akal tidak dapat melakukan analisa dan prediksi pada variabel-variabel yang bersifat immateri atau non fisik untuk kepentingan hidup manusia.

Padahal sebagaimana telah diketahui, manusia bukan hanya makhluk materi atau fisik saja tetapi ia juga makhluk immateri atau non fisik, ia bukan hanya makhluk yang terdiri dari raga saja tetapi juga jiwa. Oleh karena itu, melakukan analisa dan prediksi hanya pada variabel-variabel yang bersifat materi atau fisik saja untuk kepentingan hidup manusia jelas tidak cukup, analisa dan prediksi juga harus dilakukan pada variabel-variabel yang bersifat immateri atau non fisik untuk kepentingan hidup manusia. Dengan demikian memfokuskan perhatian hanya pada sesuatu yang bersifat materi atau fisik saja tidak cukup, perhatian juga harus difokuskan pada kedua baik materi maupun immateri atau fisik maupun non fisik agar ilmu pengetahuan yang diperoleh untuk kepentingan hidup manusia bersifat utuh.

Dalam perspektif ekonomi Islam, yang paling mengetahui segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik dalam kehidupan ini adalah tuhan. Dengan demikian agar pengetahuan yang diperoleh manusia bersifat utuh manusia harus melibatkan tuhan dalam setiap analisa dan prediksi ekonominya. Melibatkan tuhan dalam setiap analisa dan prediksi ekonomi dapat dilakukan dengan cara mempertimbangkan petunjuk-Nya berupa wahyu yang telah diturunkan kepada utusan-Nya nabi Muhammad SAW yang berisi tentang hukum-hukum yang mengatur bagaimana manusia berhubungan dengan tuhanya, hukum-hukum yang mengatur bagaimana manusia berhubungan dengan manusia lainnya, dan hukum-hukum yang mengatur bagaimana manusia berhubungan dengan alam sekitarnya.

Karena alasan di atas, agar ilmu pengetahuan yang diperoleh bersifat utuh, ekonomi Islam secara bersamaan menjadikan akal dan wahyu sebagai sumber ilmu pengetahuan yang mendasari ilmu ekonominya. Karena sumber pengetahuannya adalah akal plus wahyu, dalam banyak hal, pandangan ekonomi Islam berbeda dengan pandangan ekonomi konvensional seperti diantaranya cara pandang ekonomi Islam terhadap batas akhir dari tujuan hidup manusia; meskipun akal tidak mampu mengenali kehidupan lain selain kehidupan di dunia, tetapi wahyu menunjukan

bahwa selain kehidupan di dunia ada kehidupan lain yaitu kehidupan di akhirat (QS Al Dhuha [93] : 04, QS Al-An'am [6]: 31, QS Thaha [20]: 15, dst). Jadi kematian manusia di dunia dalam perspektif wahyu bukanlah tentang punahnya kehidupan, kematian di dunia hanyalah ketiadaan hidup di dunia saja, kematian di dunia sejatinya hanyalah perpindahan dari satu kehidupan menuju kehidupan berikutnya yaitu kehidupan di akhirat. Dengan demikian sebenarnya perjalanan hidup manusia tidak terbatas hanya pada kehidupan di dunia saja tetapi berlanjut hingga ke akhirat; dalam pengertian yang lain tujuan hidup manusia tidak terbatas hanya pada kehidupan di dunia saja tetapi berlanjut hingga kehidupan di akhirat.

Karena sumber pengetahuannya adalah akal plus wahyu dan tujuan hidupnya adalah kehidupan di dunia plus akhirat, selain melakukan analisa dan prediksi pada fakta-fakta materi, fisik, atau empiris, ekonomi Islam juga mempertimbangkan nilai-nilai wahyu untuk kepentingan hidup manusia tidak hanya di dunia saja tetapi juga di akhirat kelak. Peran wahyu di samping akal itu menciptakan kesan plus dimana kesan materi dan spiritual secara bersamaan mewarnai kegiatan ekonomi.

Berbeda dengan produsen dalam ekonomi konvensional, produsen dalam ekonomi islam tidak diasumsikan selalu bersikap rasional saja, tetapi diasumsikan selalu bersikap rasional plus atau rasional-islami. Rasional-islami adalah pola pikir dimana seorang akan cenderung bersikap atau bertidak berdasar pada nalar logika manusia yang dibimbing wahyu. Dengan demikian sikap rasional islami tidak hanya akan menghasilkan pilihan-pilihan logis yang dapat diterima akal saja, tetapi harus menghasilkan pilihan-pilihan logis yang dapat diterima akal sekaligus dapat diterima wahyu untuk mendapatkan selisih maksimal antara penerimaan total dan biaya total yang utuh; memaksimalkan masalah.

Produsen Konvensional Vs Produsen Muslim

Karena kenyataan adanya perbedaan cara pandang di antara kedua sistem ekonomi baik ekonomi konvensional maupun ekonomi Islam; dimana ekonomi konvensional menjadikan akal sebagai satu-satunya sumber ilmu pengetahuan dan dunia sebagai tujuan hidup, produsen konvensional akan selalu bersikap rasional dan bertujuan memaksimalkan keuntungan, sementara ekonomi islam menjadikan akal plus wahyu sebagai sumber ilmu pengetahuan dan dunia plus akhirat sebagai tujuan hidup, produsen muslim akan selalu bersikap rasional-islami dan bertujuan memaksimalkan masalah. Berkaitan dengan hal itu, penulis akan mencoba melakukan analisis perbandingan sikap antara produsen konvensional dan produsen muslim atas beberapa kasus ekonomi sebagaimana berikut:

1. Pengertian keuntungan

Produsen konvensional

Keuntungan dalam perspektif ekonomi konvensional adalah penerimaan total dikurangi biaya total. Untuk memperoleh keuntungan tersebut, produsen konvensional hanya diwajibkan patuh pada peraturan perundang-undangan seperti tidak melakukan penipuan, tidak melakukan pemalsuan, tidak melakukan pemaksaan, dst.

Produsen Muslim

Keuntungan dalam perspektif ekonomi islam adalah penerimaan total dikurangi biaya total yang sejalan dengan nilai-nilai wahyu. Produsen muslim tidak hanya diwajibkan patuh pada peraturan perundang-undangan seperti tidak melakukan penipuan, tidak melakukan pemalsuan, tidak melakukan pemaksaan, dst, tetapi juga diwajibkan patuh pada nilai-nilai wahyu.

Analisa

Keuntungan dalam perspektif ekonomi konvensional adalah selisih antara penerimaan total dikurangi biaya total. Dengan demikian, selama produsen konvensional mendapatkan selisih antara penerimaan total dikurangi biaya total dan patuh pada peraturan perundang-undangan produsen konvensional dianggap telah mendapatkan keuntungan; semakin maksimal selisih antara penerimaan total dikurangi biaya total, semakin maksimal pula keuntungan produsen konvensional. Produsen konvensional dianggap telah mendapatkan keuntungan meskipun keuntungan tersebut diperoleh misal; (a) untuk menekan biaya produksi bahan bakunya diperoleh dengan cara ilegal; seperti perolehan bahan bakunya tidak dipersoalkan di negara importir tetapi pengirimannya dari negara eksportir tidak legal, (b) praktik eksploitasi tenaga kerja yang tidak disadari oleh tenaga kerja dan tidak diketahui oleh pemerintah, (c) diperoleh dengan cara tidak halal atau bahan bakunya tidak halal, (d) produknya tidak thayyib atau tidak proporsional, dst. Pengertian-pengertian tersebut mengindikasikan bahwa keuntungan dalam perspektif ekonomi konvensional tidak lain adalah keuntungan dalam pengertian keuntungan materi.

Sementara itu, karena keuntungan dalam perspektif ekonomi islam tidak hanya selisih antara penerimaan total dikurangi biaya total saja, tetapi selisih antara penerimaan total dikurangi biaya total yang sejalan dengan nilai-nilai wahyu, produsen muslim tidak selalu dianggap mendapatkan keuntungan hanya dengan mendapatkan selisih antara penerimaan total dikurangi biaya total saja; perolehan selisih antara penerimaan total dikurangi biaya total yang tidak sejalan dengan nilai-nilai wahyu seperti sebagaimana tersebut di atas misal; (a) untuk menekan biaya produksi bahan bakunya diperoleh dengan cara ilegal; seperti perolehan bahan bakunya tidak dipersoalkan di negara importir tetapi pengirimannya dari negara eksportir tidak legal, (b) praktik eksploitasi tenaga kerja yang tidak disadari oleh tenaga kerja dan tidak diketahui oleh pemerintah, (c) diperoleh dengan cara tidak halal atau bahan bakunya tidak halal, (d) produknya tidak thayyib atau tidak proporsional, dst bukan merupakan keuntungan yang utuh bahkan bisa dianggap sebagai kerugian.

Untuk memperoleh keuntungan yang utuh, produsen muslim harus mendapatkan selisih antara penerimaan total dikurangi biaya total yang

sejalan dengan nilai-nilai wahyu meski jika harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi untuk memperolehnya; untuk memperoleh bahan baku yang legal, untuk memenuhi hak-hak tenaga kerja, untuk memperoleh bahan baku yang halal dan thayyib atau proporsional, dst jelas memerlukan biaya yang lebih tinggi. Hal itu dilakukan dengan penuh kerelaan karena produsen muslim meyakini meski dengan hal itu keuntungan berupa materi dalam jangka pendek terlihat seperti berkurang namun sejatinya dalam jangka panjang akan bertambah plus keuntungan berupa immateri; seperti bertambahnya citra positif produsen di mata konsumen yang kemudian merespon dengan meningkatkan permintaan produk, meningkatnya etos kerja dan loyalitas tenaga kerja menjadi lebih produktif, serta mendapatkan reward pahala yang akan diterima produsen muslim di akhirat kelak. Dengan demikian keuntungan dalam perspektif ekonomi Islam tidak hanya terbatas pada keuntungan dalam pengertian keuntungan materi saja tetapi keuntungan materi plus; keuntungan materi dan immateri secara berasmaan.

2. Prinsip Customer Satisfaction

Produsen konvensional

Dalam ekonomi konvensional, di satu sisi produsen konvensional selalu diasumsikan bersikap rasional dengan tujuan memaksimalkan keuntungan sementara di sisi lain konsumen konvensional selalu diasumsikan bersikap rasional dengan tujuan memaksimalkan utility. Dengan pengertian itu, produsen rasional yang selalu berorientasi pada keuntungan akan cenderung mengikuti market demand apapun itu untuk memaksimalkan keuntungannya; menurut cara pandang ini market demand adalah given.

Produsen Muslim

Dalam ekonomi Islam, produsen muslim selalu diasumsikan bersikap rasional-islami dengan tujuan memaksimalkan masalah demikian juga konsumen muslim selalu diasumsikan bersikap rasional-islami dengan tujuan memaksimalkan masalah. Oleh karena itu, produsen muslim yang rasional-islami dan selalu berorientasi pada masalah, tidak dapat mengikuti semua market demand begitu saja, hanya market demand yang sejalan dengan nilai-nilai wahyu saja yang dapat direspon untuk memaksimalkan masalah.

Analisa

Berbedaan sikap kedua produsen tersebut terhadap prinsip customer satisfaction sangat jelas, produsen konvensional yang rasional dan selalu berorientasi pada keuntungan dalam bentuk materi akan cenderung mengikuti semua market demand termasuk jika market demand yang wujud dipasar adalah permintaan terhadap produk barang atau jasa yang dapat merusak seperti merusak kesehatan, mental, moral, kepribadian, dst selama tidak

dipersoalkan oleh peraturan perundang-undangan contohnya alkohol, fasilitas perjudian, film yang merusak moral, hiburan yang tidak mendidik, dll.

Sementara produsen muslim yang rasional-islami dengan tujuan memaksimalkan masalah atau keuntungan dalam bentuk materi plus immateri tidak dapat mengikuti semua market demand, hanya market demand yang sejalan dengan nilai-nilai wahyu saja yang dapat direspon meski secara peraturan perundang-undangan tidak dipersoalkan. Dengan demikian meski ada potensi keuntungan materi yang besar tetapi jika produk baik barang maupun jasa yang diminta tidak memenuhi unsur masalah seperti merusak kesehatan, mental, moral, kepribadian, dst contohnya alkohol, fasilitas perjudian, film yang merusak moral, hiburan yang tidak mendidik, dll permintaan tersebut tidak dapat dipenuhi. Dengan kata lain, hanya market demand yang menjanjikan keuntungan yang utuh saja yang dapat diproduksi; keuntungan yang utuh sebagaimana penjelasan sebelumnya adalah keuntungan dalam bentuk materi dan immateri secara bersamaan.

3. Corporate Social Responsibility (CSR)

Produsen konvensional

Salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam ekonomi konvensional adalah melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Sesuai namanya, kegiatan tersebut dilakukan untuk melaksanakan peran sosial perusahaan kepada semua pihak yang terkait dengan perusahaan seperti masyarakat sekitar, konsumen, pemasok, dan pemerintah.

Tujuan dilakukannya kegiatan tersebut oleh perusahaan adalah untuk menciptakan lingkungan sosial yang baik di sekitar perusahaan, menciptakan rasa aman di sekitar perusahaan, mendapatkan ekseptasi dari masyarakat di sekitar perusahaan, menumbuhkan citra positif perusahaan di mata konsumen, dll. Perubahan positif yang terjadi di lingkungan sekitar perusahaan diharapkan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan.

Produsen Muslim

Sebagaimana dalam ekonomi konvensional, salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam ekonomi Islam juga melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan untuk melaksanakan peran sosial perusahaan kepada semua pihak yang terkait dengan perusahaan seperti masyarakat sekitar, konsumen, pemasok, dan pemerintah.

Namun tidak sebagaimana dalam ekonomi konvensional, tujuan dilakukannya kegiatan tersebut oleh perusahaan dalam ekonomi Islam tidak hanya sekedar melakukan perubahan positif di lingkungan sekitar perusahaan untuk mempengaruhi kinerja perusahaan yang dalam jangka panjang dapat memaksimalkan keuntungan, lebih dari itu tanggung jawab

sosial tersebut merupakan kewajiban moral yang datang dari tuhanya. Hal itu dapat diketahui dengan banyaknya penegasan Al-Qur'an atas pelaksanaan tanggung jawab sosial dari orang kaya terhadap mereka yang tidak mampu atau yang membutuhkan melalui instrumen sosial baik yang bersifat wajib maupun sukarela; zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF).

Analisa

Dari penjelasan singkat di atas jelas ada perbedaan mendasar baik secara prinsip maupun tujuan pelaksanaan kegiatan CSR di antara kedua produsen tersebut. Produsen konvensional secara prinsip merasa perlu melaksanakan kegiatan CSR karena diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan dan karena kesadaran rasional bahwa perusahaan tersebut membutuhkan lingkungan sosial yang kondusif di sekitar perusahaan untuk mendukung tercapainya tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan keuntungan dalam pengertian keuntungan materi di dunia.

Sementara itu, produsen muslim secara prinsip merasa berkewajiban melaksanakan kegiatan CSR tidak hanya karena diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan saja tetapi lebih dari itu karena kesadaran rasional-islami bahwa kegiatan tanggung jawab sosial tersebut diperintahkan oleh Allah SWT baik melalui instrumen sosial yang bersifat wajib maupun sukarela. Hal itu dilakukan dengan tujuan untuk memaksimalkan masalah dalam pengertian dua keuntungan sekaligus yaitu keuntungan materi plus keuntungan immateri baik di dunia maupun di akhirat.

4. Produk

Produsen konvensional

Produsen konvensional akan memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen konvensional untuk meningkatkan utility yang bersifat bebas selama tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Barang dan jasa yang dimaksud adalah barang dan jasa yang cenderung berorientasi pada nilai-nilai materi dan tidak menyentuh nilai-nilai spiritual. Barang dan jasa tersebut adalah semua produk yang dapat meningkatkan manfaat atau kepuasan yang sejalan dengan keinginan bebas konsumen baik yang mubah termasuk yang haram.

Produsen Muslim

Produsen muslim harus menciptakan produk yang menopang terpeliharanya masalah konsumen; barang dan jasa yang memiliki manfaat riil bagi kehidupan konsumen yang islami. Barang dan jasa yang dimaksud bukan barang dan jasa yang hanya berorientasi pada nilai-nilai materi saja tetapi juga berorientasi pada nilai-nilai spiritual. Dengan demikian produsen

muslim akan menciptakan produk baik barang maupun jasa yang bersifat material maupun sepirtual secara bersamaan untuk meningkatkan masalah konsumen muslim; meningkatkan utility yang bersifat bebas terbatas dibatasi oleh wahyu. Semua produk yang dapat meningkatkan masalah manusia tersebut harus bersifat mubah dan halal.

Analisa

Dari penjelasan di atas tampak ada perbedaan sifat produk yang dihasilkan antara produsen konvensional dan produsen muslim. Produsen konvensional akan menciptakan produk baik barang maupun jasa yang dapat meningkatkan utility; meningkatkan manfaat atau kepuasan konsumen konvensional yang bersifat materi tanpa menyentuh nilai sepirtual baik halal maupun haram. Sementara produsen muslim akan menciptakan produk baik barang maupun jasa untuk memaksimalkan masalah konsumen muslim yang bersifat materi dan spiritual dengan sifat mubah dan halal.

Demikian beberapa analisa perbandingan sikap antara produsen konvensional dan produsen muslim untuk beberapa kasus ekonomi yang dapat penulis kemukakan dalam kesempatan yang terbatas ini, pembaca dapat melakukan analisa lanjutan untuk kasus ekonomi yang berbeda menggunakan kerangka berfikir sebagaimana di atas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan singkat di atas dapat disimpulkan bahwa karena sumber ilmu pengetahuan ekonomi konvensional adalah akal dan tujuan hidupnya adalah kehidupan di dunia, produsen konvensional akan selalu bersikap rasional dan bertujuan memaksimalkan keuntungan. Di sisi lain, karena sumber ilmu pengetahuan ekonomi Islam adalah akal plus wahyu serta tujuan hidupnya adalah kehidupan di dunia dan akhirat, produsen muslim akan selalu bersikap rasional-islami dan bertujuan memaksimalkan masalah.

Karena perbedaan cara pandang tersebut, keduanya berbeda sikap dalam banyak hal seperti diantaranya; menurut produsen konvensional pengertian keuntungan adalah keuntungan dalam pengertian keuntungan materi sementara menurut produsen muslim pengertian keuntungan adalah keuntungan dalam pengertian keuntungan materi dan spiritual, menurut produsen konvensional prinsip customer satisfaction dalam pengertian bebas akan menjadi motivasi dalam kegiatan produksinya sementara menurut produsen muslim hanya prinsip customer satisfaction dalam pengertian terbatas dibatasi oleh wahyu saja yang menjadi motivasi produsen muslim dalam aktifitas produksinya, menurut produsen konvensional selain perintah undang-undang kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dilaksanakan untuk menciptakan lingkungan yang positif di sekitar perusahaan dengan harapan dapat meningkatkan keuntungan materi dalam jangka panjang di dunia sementara menurut produsen muslim selain perintah undang-undang kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dilaksanakan oleh

produsen muslim sebagai kewajiban moral dari tuhan yang mana kelompok mampu memiliki tanggung jawab sosial terhadap mereka yang tidak mampu dengan harapan dapat meningkatkan keuntungan materi plus immateri atau materi dan spiritual dalam jangka panjang di masa yang akan datang tidak hanya di dunia tetapi juga di akhirat, dan produsen konvensional akan menciptakan produk yang bersifat materi yang tidak menyentuh nilai spiritual apakah itu halal atau haram sementara produsen muslim akan menciptakan produk yang bersifat materi dan spiritual yang mubah dan halal.

Dengan demikian, meski dalam banyak kegiatan ekonomi kedua produsen tersebut terlihat seperti sama namun jika dianalisa lebih rinci akan didapatkan perbedaan sikap yang jelas di antara keduanya. Hal itu disebabkan karena keduanya memiliki dasar pengetahuan dan tujuan yang tidak sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Azar, Betty Schramper, (2006), *Understanding and Using English Grammar*, 3rd Edition, International Edition, USA: Longman.
- Case, Karl E dan Fair, Ray C, (2007), *Prinsip-Prinsip Ekonomi*, Edisi Kedelapan, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Collins COBUILD, (2006), *Advanced Learner's English Dictionary*. HarperCollins Publishers.
- Karim, Adiwarmanto A, (2001), *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Karim, Adiwarmanto A, (2008), *Ekonomi Mikro Islami*, Edisi kedua, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Karim, Adiwarmanto A, (2010), *Ekonomi Mikro Islami*, Edisi ketiga, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Marthon, Said Sa'ad, (2007), *al-Madkhal li al-Fikr al-Iqtishad fi al-Islam*, ar-Riyadh: Maktabah ar-Riyadh
- Nasution, Mustafa Edwin dkk, (2006), *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- PPPEI Universitas Islam Indonesia (2008), *Ekonomi Islam*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Saeed, Abdullah, (1996), *Islamic Banking and Interest: A Study of Riba and Its Contemporary Interpretation*, New York: E.J. Brill.
- Shihab, M. Quraish, (1998), *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhui Atas Berbagai Persoalan Umat*, Bandung: Mizan.
- Shihab, M. Quraish, (2011), *Tafsir Al-Mishbah, Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati.
- Sukirno, Sadono, (2010), *Makro Ekonomi Teori Pengantar*, cet 25, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sukirno, Sadono, (2010), *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, cet 25, Jakarta: RajaGrafindo Persada.