

BAB III

LANDASAN TEORITIS

A. Perusahaan

Pada dasarnya setiap manusia pasti memiliki berbagai kebutuhan untuk tetap dapat menjalankan kehidupannya. Kebutuhan manusia dapat dipenuhi melalui berbagai barang atau jasa. Dalam era modern sekarang ini setiap manusia tidak lagi memenuhi kebutuhannya dengan cara memproduksi atau menghasilkan sendiri semua barang atau jasa yang dibutuhkan, tetapi manusia satu sama lain melakukan berbagai aktifitas seperti pertukaran, perdagangan, jual beli, penyewaan dan banyak lagi. Semua aktifitas inilah yang menggambarkan apa yang dinamakan dengan bisnis. Sebagai suatu aktifitas yang memiliki tujuan yang jelas, biasanya aktifitas bisnis dilakukan secara terorganisir.¹

Bisnis yang diperbolehkan oleh islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah. Rasulullah diutus Allah untuk menghapus segala sesuatu yang kotor, keji dan yang memudaratkan bagi masyarakat. "Hai orang-orang yang beriman makanlah diantara rezeki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah, (QS.al-Baqarah : 172). Karena dengan begitu manusia bisa bersyukur dan semakin dekat kepada Allah.²

¹ Irma Nilasari & Sri Wiludjeng, 2006, *Pengantar Bisnis* (Edisi Pertama- Yogyakarta; Graha Ilmu) hal 2

² Ali Hasan, 2009, *Manajemen Bisnis Syari'ah*. (Yogyakarta; Pustaka Pelajar. Cet. 1). Hal.196

Dari sinilah kita mengenal adanya suatu istilah yang sangat erat kaitanya dengan bisnis, yaitu Perusahaan. Beberapa defenisi perusahaan telah dikemukakan oleh para ahli, diantaranya:³

1. Suatu organisasi yang menghasilkan barang dan jasa untuk mendapatkan laba.
2. Perusahaan adalah suatu unit kegiatan produksi yang mengelola sumber-sumber ekonomi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan agar dapat memuaskan kebutuhan masyarakat.
3. Perusahaan didefenisikan sebagai suatu organisasi produksi yang menggunakan dan mengkoordinir sumber-sumber ekonomi untuk memuaskan kebutuhan dengan cara menguntungkan.

Menurut Undang-Undang No.3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan Pasal 1 huruf b (Muhammad,2002:8) yang di maksud perusahaan adalah:⁴

“Setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus yang didirikan, bekerja,serta berkedudukan dalam wilayah negara indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba”.

Dari berbagai defenisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya perusahaan adalah organisasi yang melaksanakan aktifitas bisnis. Seringkali ditemukan begitu banyak perusahaan yang beroperasi pada bidang bisnis yang sama, misalnya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan, perbankan,otomotif dan lain sebagainya. Sekumpulan perusahaan

³Irma Nilasari & Sri Wiludjeng. *Op. Cit, h. 3*

⁴Ismail Solihin,2006, *Pengantar Bisnis:Pengenalan Praktis dan Study Kasus.*(jakarta kencana:Edisi Pertama Cetakan Ke 1).hal. 27

yang bergerak dalam bidang bisnis yang sama atau sejenis disebut dengan istilah industri (*Industry*).

Beberapa tujuan perusahaan yang dirangkum dari pendapat beberapa ahli keuangan, yaitu:⁵

1. Memaksimalkan nilai perusahaan.
2. Memaksimalkan laba.
3. Menciptakan kesejahteraan bagi stakeholder.
4. Menciptakan Citra Perusahaan.
5. Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial.

Semua tujuan ini lebih banyak dibebankan kepada manajer keuangan dengan dibantu oleh manajer lainnya. Tugas manajer keuangan dalam hal memaksimalkan nilai perusahaan adalah memaksimalkan nilai saham perusahaan. Dengan demikian, suatu perusahaan harus mempunyai unsur-unsur antara lain:⁶

1. Terus-menerus atau tidak terputus.
2. Secara terang-terangan (karena berhubungan dengan pihak ketiga).
3. Dalam kualitas tertentu (karena dalam lapangan perniagaan).
4. Mengadakan perjanjian perdagangan.
5. Harus bermaksud memperoleh laba.

Dari unsur-unsur diatas dapat dirumuskan bahwa suatu perusahaan adalah badan usaha yang menjalankan kegiatan dalam bidang perekonomian secara terus-menerus, bersifat tetap, dan terang-terangan dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba yang dibuktikan dengan pembukuan.

⁵ Kasmir, 2010, *Pengantar Manajemen Keuangan*, Ed 1 Cet 2 (Jakarta: Kencana). Hal. 8

⁶ Zaeni Asyhadie, 2012, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Cet.6. (Jakarta:Rajawali Pers).Hal.33

Terdapat banyak pilihan badan hukum perusahaan yang ada di Indonesia. Tiap-tiap badan hukum memiliki kelebihan dan kekurangannya, baik dalam hal keleluasaan beraktivitas, batas tanggung jawab maupun kemudahan dalam berbagai hal seperti kemudahan pendirian, kemudahan modal, atau kemudahan untuk memperbesar usaha. Pemilik usaha dapat memilih badan hukum sesuai dengan tujuan dari masing-masing pemilik usaha terhadap apa yang ingin dicapainya.⁷

Dalam praktiknya terdapat beberapa jenis bentuk badan usaha yang dapat dipilih, yaitu:⁸

1. Perusahaan Perseorangan.

Perusahaan perseorangan merupakan bentuk badan hukum yang hanya dimiliki oleh satu orang dan menanggung seluruh resiko secara pribadi. Perusahaan perseorangan memiliki struktur organisasi yang sederhana dengan kepemilikan tunggal serta memiliki tanggung jawab tidak terbatas terhadap seluruh utang perusahaan yang dimiliki perusahaan.

2. Firma.

Firma adalah perusahaan yang didirikan oleh dua orang atau lebih dan menjalankan perusahaan atas nama perusahaan. Atau dengan kata lain firma akan terbentuk bila terdapat dua orang atau lebih bersekutu untuk menjalankan suatu perusahaan. Dalam persekutuan firma umumnya seluruh sekutu memiliki kewajiban tidak terbatas terhadap utang perusahaan, sedangkan

⁷*Op. Cit*, Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, h.26

⁸*ibid*

dalam persekutuan terbatas satu atau lebih pemilik mungkin memiliki kewajiban terbatas.

3. Perusahaan Komanditer atau Commanditaire Vennootschap (CV).

Perusahaan yang berbentuk badan usaha perseroan Komanditer atau Commanditaire Vennootschap lebih sering disingkat dengan CV merupakan persekutuan yang didirikan atas dasar kepercayaan. CV merupakan salah satu bentuk usaha yang dapat dipilih oleh para pengusaha yang ingin melakukan kegiatan usaha dengan modal yang terbatas. CV merupakan badan usaha yang tidak berbadan hukum dan kekayaan para pendirinya tidak terpisahkan dari kekayaan CV.

4. Perseroan terbatas (PT)

Perseroan terbatas (PT) adalah badan hukum perusahaan yang paling banyak digunakan dan diminati oleh para pengusaha. Penyebabnya adalah karena badan hukum jenis ini memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan badan hukum lainnya. Kelebihannya antara lain luasnya bidang usaha yang dimiliki, kebebasan bergerak dalam berbagai bidang usaha serta tanggung jawab yang dimiliki terbatas hanya kepada modal yang disetor.

5. Perusahaan negara.

Perusahaan Negara adalah Perusahaan yang memiliki modal baik sebagian atau seluruhnya merupakan harta atau kekayaan negara yang dipisahkan dari anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN).

6. Perusahaan daerah.

Perusahaan daerah adalah perusahaan yang modalnya berasal dari kekayaan daerah yang dipisahkan, baik yang didirikan oleh pemerintah provinsi maupun pemerintah kabupaten atau kota. Perusahaan daerah bergerak di bidang usaha umum yang menguasai hajat hidup orang banyak.

7. Yayasan.

Yayasan adalah badan hukum yang terdiri atas kekayaan yang dipisahkan dan diperuntukkan dalam mencapai tujuan tertentu dibidang sosial, keagamaan, dan kemanusiaan yang tidak mempunyai anggota. Yayasan dapat mendirikan badan usaha yang kegiatannya sesuai dengan maksud dan tujuan yayasan.

8. Koperasi.

Koperasi merupakan badan usaha yang tujuan utamanya bukanlah mencari untung tetapi untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya melalui penggabungan kegiatan dalam koperasi.

B. Marger dan Akuisisi

Salah satu ukuran keberhasilan perusahaan adalah tingkat pertumbuhan yang dicapainya selama satu rentan waktu tertentu. Pertumbuhan yang dalam satu hal ditunjukkan oleh pertambahan jumlah dan nilai modal pemegang saham, dipandang sebagai bukti bahwa perusahaan mampu mendayagunakan dan mengembangkan sumberdaya-sumberdaya yang dimilikinya. Dengan pendayagunaan dan pengembangan sumberdaya-sumberdaya ini pemimpin perusahaan sudah meningkatkan nilai perusahaan tersebut yang berarti sudah

meningkatkan kekayaan atau kesejahteraan para pemilik atau pemegang sahamnya. Oleh sebab itu apabila yang menjadi kepentingan pemimpin perusahaan adalah penciptaan nilai maka pertumbuhan harus merupakan sasaran strategik dan lebih jauh lagi, harus menjadi siasat perusahaan.

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya siasat pertumbuhan dapat berbentuk baik internal maupun eksternal. Dalam bentuk siasat pertumbuhan eksternal perusahaan dapat memilih antara integrasi dan penganekaragaman (diversification) dimana penganekaragaman dapat dilakukan melalui pembuatan barang baru atau pencarian pasar baru ataupun melalui penggabungan perusahaan (merger) atau pengambilalihan perusahaan lain (acquisition). Penggabungan perusahaan dalam hal ini berarti penggabungan dua perusahaan yang sebelumnya sama-sama berjalan dengan baik. Pengambilalihan perusahaan lain berarti 'pencaplokan' suatu perusahaan yang sudah dalam keadaan sulit oleh perusahaan lain yang sedang berjalan dengan baik.⁹

Merger adalah salah satu strategi ekspansi perusahaan atau restrukturisasi perusahaan dengan cara menggabungkan dua perusahaan atau lebih. Merger dapat digunakan sebagai salah satu pilihan terbaik untuk memperkuat fondasi perusahaan. Dengan melakukan merger, perusahaan-perusahaan dapat menciptakan pemusatan kekuatan ekonomi (sinergi) sehingga dapat memperbesar pangsa pasar sekaligus melakukan efisiensi perusahaan. Secara sederhana, merger dapat diartikan sebagai penggabungan dua perusahaan atau lebih dengan cara tetap mempertahankan berdirinya salah satu perusahaan dan membubarkan

⁹ Pontas M. Pardede, 2011, *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan*. (Jakarta:Penerbit Mitra Wacana Media). hal.600

perusahaan lainya. Perusahaan yang dipertahankan pada umumnya adalah perusahaan yang memiliki aset dan pangsa pasar yang lebih besar.¹⁰

Sedangkan Akuisisi itu sendiri adalah pengambilalihan perusahaan dengan cara membeli saham mayoritas perusahaan sehingga menjadi pemegang saham pengendali. Dalam peristiwa akuisisi, baik perusahaan yang mengambilalih (pengakuisisi) maupun perusahaan yang diambilalih (diakuisisi) tetap hidup sebagai badan hukum yang terpisah. Dalam dunia hukum bisnis, yang dimaksud dengan akuisisi adalah setiap perbuatan hukum untuk mengambilalih seluruh atau sebagian besar saham atau aset perusahaan lain.

Pengambilalihan perusahaan (akuisisi), sesuai Pasal 1 angka 11 UU 40/2007 tentang Perseroan Terbatas, adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh badan hukum atau orang perseorangan untuk mengambilalih saham perseroan yang mengakibatkan beralihnya pengendalian atas perseroan tersebut.¹¹

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi pengambilalihan. Yang pertama ialah keinginan untuk memperbesar liputan bidang usaha sehingga kedudukan perusahaan bertambah kukuh. Tujuan ini biasanya didorong oleh terdapatnya keuntungan yang cukup besar yang dapat membiayai pembelian usaha baru. Dalam hal ini perusahaan yang dibeli bidang kegiatan usahanya boleh berbeda dengan perusahaan yang melakukan pengambilalihan.¹²

Faktor kedua yang mendorong pengambilalihan adalah untuk mempertinggi efisiensi operasi kegiatan usaha. Apabila didasarkan kepada tujuan

¹⁰ Iswi Hariyani, dkk, 2011, *Merger, Konsolidasi, Akuisisi, & Pemisahan Cara Cerdas Mengembangkan & Memajukan Perusahaan*. (Jakarta: Visimedia, Cet.1). hal.15

¹¹ *Ibid*

¹² Sadono Sukirno, 2013, *Pengantar bisnis Edisi pertama*. (Jakarta: Kencana prenadamedia Group).hal.53

seperti ini, kedua-dua perusahaan-yang mengambil alih dan yang diambil alih, sangat erat hubungannya satu sama lain.¹³

Jenis-Jenis Penggabungan dan Pengambilalihan Perusahaan dapat dibedakan, antara lain:¹⁴

a. Penggabungan atau pengambilalihan membujur

Penggabungan atau pengambilalihan membujur (*vertical merger or acquisition*) adalah penggabungan dua atau lebih perusahaan atau pengambilalihan perusahaan lain dimana perusahaan-perusahaan yang bergabung atau perusahaan yang mengambilalih dan yang diambilalih berada pada satu garis pemasok-perusahaan-pemakai (*supplier-firm-user line*), dan dengan demikian berada pada industri yang berbeda.

b. Penggabungan atau Pengambilalihan Melintang

Penggabungan atau pengambilalihan melintang (*horizontal merger or acquisition*) penggabungan dua atau lebih perusahaan atau pengambilalihan perusahaan lain dimana perusahaan-perusahaan yang bergabung atau perusahaan yang mengambilalih dan yang diambilalih berada pada industri yang sama yang berarti membuat barang atau jasa yang sejenis.

c. Penggabunga atau Pengambilalihan Konsentrik

Penggabungan atau pengambilalihan konsentrik (*concentric merger or acquisition*) adalah penggabungan dua atau lebih perusahaan atau pengambilalihan perusahaan lain dimana perusahaan-perusahaan yang bergabung atau perusahaan-perusahaan yang mengambilalih dan yang

¹³*ibid*

¹⁴*Op Cit*, Pontas M. Pardede, 2011, *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan*, hal.

diambilalih tidak berada pada satu garis pemasok-perusahaan-pemakai, tidak berada pada industri yang sama, tetapi mempunyai sesuatu yang dapat didayagunakan atau diandalkan bersama.

d. Penggabungan atau pengambilalihan konglomerat

Penggabungan atau pengambilalihan konglomerat (conglomerate merger or aquisition) penggabungan dua atau lebih perusahaan atau pengambilalihan perusahaan-perusahaan lain dimana perusahaan-perusahaan yang bergabung atau perusahaan-perusahaan yang mengambilalih dan yang diambilalih tidak berada pada satu garis pemasok-perusahaan-pemakai, tidak bekerja Pada industri yang sama, dan tidak mempunyai sesuatu yang dapat dimanfaatkan bersama.

C. Diversifikasi Produk

Diversifikasi adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. Diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara yaitu:¹⁵

1. Diversifikasi konsentris, di mana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada. Ada dua cara yang dapat ditempuh untuk melakukan diversifikasi konsentris, yaitu mendirikan perusahaan baru atau bisa pula melalui merger dan akuisisi.

¹⁵ Fandy Tjiptono, Edisi III, 2008, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset).hal. 132.

2. Diversifikasi horisontal, dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.
3. Diversifikasi konglomerat, di mana produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru, tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

Secara garis besar, strategi diversifikasi dikembangkan dengan berbagai tujuan di antaranya:¹⁶

1. Meningkatkan pertumbuhan bila pasar/produk yang ada telah mencapai tahap kedewasaan dalam *product life cycle* (PLC).
2. Menjaga stabilitas, dengan jalan menyebarkan risiko fluktuasi laba.
3. Meningkatkan kredibilitas di pasar modal.

Tujuan dari diversifikasi adalah memenuhi keinginan konsumen yang belum puas, menambah omzet penjualan, meningkatkan keuntungan dengan pemakaian bahan yang sama, dan mencegah kebosanan konsumen. Manfaat dari diversifikasi produk adalah untuk mendapatkan keuntungan dan keunggulan competitive perusahaan.¹⁷

Di dalam kondisi persaingan, sangat berbahaya bagi suatu perusahaan bila hanya mengandalkan produk yang ada tanpa usaha tertentu untuk pengembangannya. Oleh karena itu, setiap perusahaan di dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan dan share pasarnya, perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik,

¹⁶*ibid*

¹⁷ Buchari Alma, 2000. *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Alfabeta.hal. 101.

sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar.¹⁸

Diversifikasi produk dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai akibat dilaksanakannya pengembangan produk, sementara produk lama secara ekonomis masih dapat dipertahankan. Strategi ini diperlukan juga dalam rangka memperoleh keuntungan yang lebih besar dari suatu jenis produk tertentu dengan mengorbankan keuntungan dari jenis produk yang lain. Dalam diversifikasi produk, umumnya perusahaan berusaha untuk menaikkan penjualan dengan cara mengembangkan produk baru untuk pasar-pasar yang baru, sehingga terdapat bermacam-macam produk yang diproduksi perusahaan.¹⁹

Pelaksanaan strategi diversifikasi produk membutuhkan adanya penelitian yang mendalam mengenai tiap produk yang akan diproduksi, sehingga diperoleh keyakinan akan dapat diperolehnya tingkat keuntungan yang diharapkan. Kadang-kadang perusahaan dapat meneruskan produk yang telah ada, tetapi di lain pihak dapat pula menghentikan produksi produk tertentu, agar keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan.

Pengembangan produk merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan dayaguna maupun daya pemuas yang lebih besar. Dengan mengadakan pengembangan produk, perusahaan dapat memahami kebutuhan dan keinginan pasar, serta melihat kemungkinan penambahan atau perubahan ciri-ciri khusus atau tertentu dari produk, menciptakan beberapa tingkat

¹⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*. Ed.1. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007).h.199

¹⁹*Ibid*, h.218

kualitas, atau menambah tipe maupun ukuran untuk lebih dapat memuaskan pasar yang telah tersedia.²⁰

Lebih tepatnya pengembangan produk yang dilakukan perusahaan merupakan usaha memberikan inovasi-inovasi pada produk dalam bentuk penyempurnaan produk-produk yang telah ada untuk menjadi produk baru.

Jadi, pengembangan produk adalah suatu usaha yang dilakukan oleh pengusaha atau perusahaan untuk menciptakan produk baru guna memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara mengembangkan, menambah, memvariasikan serta menyempurnakan dengan cara modifikasi produk yang telah ada.

D. Diversifikasi Produk dalam Islam

Islam merupakan agama universal yang mengatur segala aspek kehidupan baik ibadah maupun Muamalah. “Pada dasar semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang melarangnya”, artinya manusia bebas melakukan apapun dalam bermuamalah yakni hubungan sesama manusia dalam hidup bermasyarakat baik berkenaan dengan harta maupun sosial kemasyarakatan. Kebebasan disini ialah tidak bertentangan dengan ketentuan yang telah diatur dalam Al-Qur’an dan Hadist.

Dalam Islam mengadakan produksi dalam upaya menghasilkan sebuah produk tidak ada larangan bagi seorang muslim. Sesuai Firman Allah SWT dalam Al-qur’an menyebutkan bahwa langit dan bumi diciptakan untuk manusia, jadi manusia bebas menggunakan kekayaan alam untuk memenuhi kebutuhannya.

²⁰*Ibid*, h.219

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ
فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

Artinya : “Dialah yang menjadikan untuk kalian seluruh yang ada di bumi kemudian Dia menuju langit, maka Dia menyempurnakannya menjadi tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu.”(Q.S Al-Baqarah : 29)²¹

Pada dasarnya langit dan bumi seisinya diciptakan untuk manusia, terdapat berbagai sumber energi untuk memenuhi kebutuhan manusia. Pemberian fasilitas ini bertujuan agar manusia berfikir akan maha kaya dan kebesaran Allah Swt, sehingga segala bentuk usaha memenuhi kebutuhannya dengan cara produksi semata-mata untuk beribadah kepadaNya. Firman Allah dalam Al-qur’an sebagai berikut:

وَسَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ
لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١٣﴾

Artinya : “Dan dia telah menundukkan utukmu apa yang ada dilangit dan apa yang ada di bumi semuanya, (sebagai rahmat) dari padaNya. Sesungguhnya apa yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir”. (Q.S : Al-Jatsiyah :13).²²

Pemanfaatan kekayaan alam harus didasari dengan semangat dan tanggung jawab yang tinggi demi terciptanya manfaat seoptimal mungkin dari produk yang dihasilkan.

²¹ Q.S Al-Baqarah : 29

²² Q.S :al-Jaatsiyah :13

Keberhasilan (efektif) produk dalam islam adalah ketika sebuah produk mampu memberikan manfaat bagi produsen maupun masyarakat secara keseluruhan dengan seimbang sesuai dengan tujuan produksi dalam islam.

Adapun tujuan produksi mendapatkan kemaslahatan yaitu kemaslahatan individu (*Interst Self*) dan kemaslahatan masyarakat (*Interest Sociali*) secara berimbang,²³ dengan terpenuhinya dua kemaslahatan atau manfaat secara berimbang akan mewujudkan kesejahteraan masyarakat demi terciptanya kemakmuran di dunia ini seperti yang diinginkan dari tujuan penciptaan langit dan bumi serta manusia sebagai pemimpin di dunia ini, firman Allah SWT:

هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَ كُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرْ لَهُ ثُمَّ تُوْبُوا
إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُّجِيبٌ ﴿٦١﴾

Artinya : “Dia Telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmuranya (Maksudnya manusia dijadikan penghuni dunia untuk menguasai dan memakmurkan dunia), karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenalkan (doa hamba-Nya).” (Q.S : Huud: 61).²⁴

Untuk menjamin terwujudnya dua hal tersebut Ekonomi Islam menyediakan beberapa landasan teoritis sebagai berikut:

- a. Keadilan ekonomi (*al-Adalah al-Iqtisadiyah*)
- b. Jaminan sosial (*al-Takaful al-Ijtima’i*)
- c. Pemanfaatan sumber daya ekonomi produktif secara efisien.²⁵

²³ Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Suska Press, 2007),h. 66

²⁴ Q.S : Al-Huud ayat 29

²⁵ *Loc. Cit*, Mawardi, h. 66

Kemaslahatan produk bagi produsen sebagai pembuat produk adalah memberikan keuntungan maksimal demi keberlangsungan proses produksi, hal tersebut untuk menciptakan keseimbangan pasar, dengan produsen memperoleh keuntungan yang optimal maka produksi tidak terganggu sehingga produk di pasaran stabil dan hargapun bersaing serta semua lapisan masyarakat mampu membelinya.

Sementara kemaslahatan produk bagi masyarakat sebagai konsumen adalah produk mampu memberikan rasa aman bagi konsumen baik segi kehalalan maupun dari sisi kesehatan, artinya produsen membuat produk tidak semata mengejar keuntungan yang besar tetapi mengedepankan moralitas dengan memproduksi produk yang halal dan baik.

Demi mewujudkan dua kemaslahatan yang berimbang islam memberikan beberapa prinsip dalam berproduksi dalam bentuk prinsip ekonomi. Adapun Prinsip Ekonomi dalam Ekonomi Islam menurut Djaslim Saladin (2000 : 26) sebagai berikut :²⁶

Pertama adalah prinsip kesejahteraan ekonomi. Konsep kesejahteraan ekonomi Islam adalah penambahan pendapatan yang diakibatkan oleh meningkatnya produksi dari harga barang-barang yang berfaedah, melalui pemanfaatan sumber daya secara optimal.

Kedua dalam ekonomi islam adalah prinsip etika dan moral, dengan berpegang teguh kepada yang diharamkan Allah dan tidak melampaui batas. Islam melarang produk yang merusak akidah, tidak beretika dan tidak bermoral.

²⁶ Muhammad Said, *Pengantar Ekonomi Islam, Dasar-dasar dan Pengembangan*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), h.62

Prinsip ketiga adalah prinsip kebersamaan dengan tujuan produksi sebagai berikut:

- a. Target swasembada individu dan umat (masyarakat)
- b. Memberikan kesempatan kerja
- c. Keuangan stabil
- d. Stabilitas moneter
- e. Neraca perdagangan surplus dimana ekspor lebih besar daripada impor
- f. Berhasil mengelola negara
- g. Salah satu motif seorang muslim memegang uang adalah motif investasi (berproduksi) dalam bentuk barang-barang kebutuhan (halal), disamping motif transaksi dan berjaga-jaga supaya tidak ada motif spekulasi.

Untuk menjadikan produk benar-benar membawa kemaslahatan produsen dan masyarakat, produsen menanamkan nilai-nilai Islam dalam produksi sebagai refleksi dari prinsip Ekonomi Islam, berikut nilai-nilai Ekonomi Islam dalam produksi :

- a. Berwawasan jangka panjang, yaitu berorientasi kepada tujuan akhirat
- b. Menepati janji dan kontrak, baik dalam lingkungan internal dan eksternal
- c. Mematuhi takaran, ketepatan, kelugasan dan kebenaran
- d. Berpegang teguh pada kedisiplinan dan dinamis
- e. Memuliakan prestasi/produktivitas
- f. Mendorong ukhuwah antar sesama pelaku ekonomi
- g. Menghormati hak individu
- h. Mengikuti syarat sah dan rukun akad transaksi

- i. Adil dalam bertransaksi
- j. Memiliki wawasan social
- k. Pembayaran upah tepat waktu
- l. Menghindari jenis dan proses produksi yang diharamkan dalam islam

Penerapan nilai-nilai dan prinsip Ekonomi Islam di atas dalam kegiatan produksi tidak saja mendatangkan keuntungan yang maksimal bagi pengusaha, tetapi sekaligus mendatangkan keberkahan. Kombinasi keuntungan dan keberkahan akan mendatangkan kebahagiaan hakiki bagi produsen, yaitu kemuliaan di dunia serta kemuliaan di akhirat.