

Perilaku Produksi Islami pada IMK Produk Halal di Masa Pandemi: Studi Kasus Shofura

Yusi Gumansari¹, Nurul Huda², Nova Rini³

¹ Universitas Indonesia, Jakarta; ² Universitas YARSI, Jakarta;

³STIE Muhammadiyah, Jakarta

yusi.prasetyo@gmail.com; pakhuda@yahoo.com; nvrin207@yahoo.com

ABSTRACT

According to the Islamic view, production is a human effort to achieve happiness in the world and the hereafter. The concept of production in Islam must pay attention to the principles according to Islamic Sharia and always maintain maqashid al-Sharia. Factors of production in Islam are generally the same as approaches in conventional economics, but with different perspectives. Production according to Islam must also pay attention to the benefit of the people by considering the alms variable. This paper aims to analyze the application of Islamic production behavior in Micro and Small Industries (IMK) that produce halal products, especially during the current pandemic. The research method used is the case study method, a qualitative research method based on human understanding and behavior based on differences in values, beliefs, and scientific theory, held at Shofura, IMK, a mukena producer located in South Jakarta. Based on the research, Shofura discovered has applied Islamic principles in its production behavior. Shofura is also feeling the impact of the pandemic and is making efforts to survive by focusing on online sales and premium mukena that targets the middle to upper consumer segment.

Keywords: *Islamic Production Behavior; Production; Small Micro Industry; Halal Products; Pandemic*

ABSTRAK

Produksi menurut pandangan Islam adalah usaha manusia untuk mencapai tujuan hidup yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat. Konsep produksi dalam Islam harus memperhatikan prinsip-prinsip sesuai Syariah Islam dan senantiasa menjaga maqashid al-syariah. Faktor-faktor produksi dalam Islam secara umum sama dengan pendekatan dalam ekonomi konvensional, namun terdapat perbedaan cara pandang dalam melihat setiap aspek faktor produksi dimaksud. Produksi menurut Islam juga harus memperhatikan kemaslahatan umat dengan memperhitungkan variabel sedekah. Paper ini bertujuan untuk menganalisis penerapan perilaku produksi Islami pada Industri Mikro dan Kecil (IMK) yang memproduksi produk halal, terutama di saat pandemi seperti saat ini. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus yaitu salah satu metode penelitian kualitatif yang berdasarkan pada pemahaman dan perilaku manusia berdasarkan perbedaan nilai, kepercayaan dan *scientific theory*, yang dilaksanakan di Shofura, IMK produsen mukena yang berlokasi di Jakarta Selatan. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa Shofura telah menerapkan prinsip-prinsip Islami dalam perilaku produksinya. Shofura juga merasakan dampak dari pandemi, dan melakukan upaya bertahan dengan fokus pada penjualan online dan mukena premium yang menasar segmen konsumen menengah ke atas.

Kata Kunci: *Perilaku Produksi Islam; Produksi; Industri Mikro Kecil; Produk Halal; Pandemi*

PENDAHULUAN

Agama Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan produksi dan mengambil peran dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi. Sesuai ajaran Islam, bekerja merupakan bagian dari ibadah dan jihad. Sehubungan dengan cara memproduksi yang dilakukan oleh manusia, agama Islam memberikan kebebasan kepada setiap manusia untuk membuat aturan main sesuai dengan kreativitas, keilmuan dan kondisi masing-masing (Al-Qaradhawi, 1995).

Dalam ekonomi Islam, konsep memproduksi tidak semata-mata untuk memaksimalkan keuntungan di dunia melainkan juga untuk memaksimalkan keuntungan di akhirat. Selain itu, juga terdapat prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dalam produksi menurut ekonomi Islam, yang tidak ada dalam ekonomi konvensional. (Nasution et al., 2017).

Proses transformasi dari *input* menjadi *output* disebut dengan Produksi. Adapun faktor produksi adalah setiap jenis *input* yang masuk ke dalam proses produksi (Nasution et al., 2017). Terdapat beberapa pendapat dari para ahli ekonomi Islam mengenai definisi produksi, yang secara substansi memiliki makna yang sama sebagai berikut: a) Menurut Kahf, produksi adalah usaha manusia untuk memperbaiki material dan moralitas untuk mencapai tujuan hidup yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat. b) Menurut Mannan, produksi dalam Islam harus hati-hati dalam menyikapi konsep *pareto optimal* dan *given demand hypothesis*. c) Menurut Rahman, produksi perlu menekankan pada keadilan dan distribusi yang merata. d) Menurut Al Haq, produksi memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang lagi banyak orang pemenuhannya bersifat wajib (*fardhu kifayah*). e) Menurut Siddiqi, kegiatan produksi menurut Islam harus memperhatikan nilai keadilan *maslahah* bagi masyarakat. (Mahfuz et al., 2020). Dengan demikian, kegiatan produksi dalam perspektif Ekonomi Islam pada akhirnya mengerucut pada manusia dan eksistensinya, meskipun definisi – definisi tersebut berusaha mengelaborasi dari perspektif yang berbeda. Produksi adalah proses mencari, mengalokasikan dan mengolah sumber daya menjadi *output* dalam rangka meningkatkan *maslahah* bagi manusia (Pardanawati, 2015).

Berdasarkan hasil riset di tahun 2021 diketahui bahwa tidak semua produsen mengerti dan paham bagaimana perilaku produsen yang sesuai dengan syariat Islam, sebagaimana riset yang dilakukan pada 15 produsen di kelurahan Lontar, Surabaya terutama pada masa pandemi Covid-19. (Baladina & Ashlihah, 2021). Demikian juga dengan hasil riset yang dilakukan pada produsen meubel di kelurahan Sidomulyo, Bengkulu pada tahun 2020 diketahui bahwa produsen belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip produksi Islam terutama terkait pembiayaan yang diperoleh dari bank konvensional yang mengandung riba. (Toyib, 2021).

Sejak pandemi COVID-19 melanda 2 (dua) tahun lalu, perekonomian di dunia termasuk di Indonesia terkena dampak yang signifikan. Di Indonesia, banyak produsen yang terkena imbas dan mengalami penurunan dalam kemampuan memproduksi terutama produsen kategori Industri Mikro dan Kecil (IMK). Pandemi membawa banyak perubahan pada perilaku konsumen dan hal ini mengharuskan produsen untuk melakukan penyesuaian serta beradaptasi untuk kelangsungan

usaha. Hal ini sejalan dengan hasil riset di tahun 2021 dimana diketahui bahwa para produsen bisnis rumahan di Oku Timur, Sumatera Selatan banyak yang mengalami penurunan usaha dan hal tersebut menyebabkan perubahan perilaku produsen terutama dalam hal mengubah metode atau cara memasarkan hasil produk yang dihasilkannya. (Lestari, 2021)

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas maka dalam artikel ini penulis akan membahas mengenai perilaku produksi Islami pada IMK yang memproduksi produk *fashion* halal, khususnya perilaku produksi dalam menyikapi pandemi dan penyesuaian yang dilakukan oleh IMK tersebut untuk tetap dapat melakukan produksi demi mencapai kondisi swadaya individu, masyarakat dan umat.

TINJAUAN LITERATUR

Bekerja Sebagai Unsur Penting Dalam Produksi

Manusia diciptakan dengan perilaku untuk memenuhi kebutuhan makan, minum, pakaian, tempat tinggal dan keturunan. Untuk dapat memenuhinya, Allah membekali manusia dengan sarana dan prasarana untuk mencapai tujuannya. Allah telah menjamin rezeki seluruh makhluk hidup, namun sudah menjadi *sunatullah* bahwa jaminan rezeki tidak akan mungkin di dapat kecuali dengan berusaha dan bekerja. (Al-Qaradhawi, 1995)

Menurut Yusuf Al-Qaradhawi, produksi terjadi atas peranan alam dan bekerja. Alam merupakan segala kekayaan alam yang diciptakan oleh Allah agar bisa dimanfaatkan oleh manusia sebagai bekal yang dibutuhkan manusia. Sementara bekerja adalah usaha maksimal yang dilakukan manusia, melalui gerakan tubuh maupun akal untuk menambah kekayaan, baik yang dilakukan oleh perorangan maupun kolektif. Sedangkan modal menurut Al Qaradhawi adalah aset, berbentuk alat ataupun bangunan yang merupakan hasil kerja manusia (Al-Qaradhawi, 1995).

Oleh karena itu, dalam Islam mengajarkan umatnya untuk memproduksi dan berperan dalam aktivitas ekonomi, sebagai bentuk dari ibadah dan jihad. Bekerja tidak hanya bermanfaat pada pelakunya namun juga untuk mencapai kemaslahatan manusia secara umum. Bekerja itu sendiri merupakan kewajiban seorang muslim, yang memiliki tujuan untuk mencukupi kebutuhan hidup, untuk kemaslahatan keluarga, untuk kemaslahatan masyarakat, untuk kehidupan dan semua yang hidup, untuk memakmurkan bumi serta bekerja untuk kerja karena bekerja merupakan hak Allah dan salah satu cara mendekatkan diri kepada Allah (Al-Qaradhawi, 1995).

PRINSIP-PRINSIP PRODUKSI DALAM EKONOMI ISLAM

Dalam melaksanakan produksi, Al Qur'an dan hadist Rasulullah SAW telah memberikan arahan dan prinsip-prinsip sebagai berikut: 1) Manusia melalui ilmu dan amalnya, bertugas sebagai khalifah di bumi untuk memakmurkan bumi. Dengan demikian, dalam melaksanakan aktivitas produksi, manusia harus mampu memanfaatkan bumi, langit dan segala isinya; 2) Islam mendorong kemajuan di bidang produksi, namun Islam tidak membenarkan jika hanya bersandar pada hasil ilmu pengetahuan dan melepaskan diri dari Al Qur'an dan hadist; 3) Teknik produksi diserahkan kepada keinginan dan kemampuan manusia; 4) Di dalam Islam diperbolehkan melakukan inovasi karena agama Islam menyukai kemudahan,

menghindari kemudharatan dan memaksimalkan manfaat, serta tidak mengajarkan untuk bersikap pasrah kepada keberuntungan dan kesialan dengan dalih tawakal. Dalam hal ini, manusia diajarkan untuk berusaha secara optimal dan kemudian berserah diri kepada Allah SWT sebagai penentu segala sesuatu. (Nasution et al., 2017).

Selain hal tersebut di atas, akumulasi dari semua proses produksi, sesuai prinsip produksi dalam Islam, adalah menghasilkan sesuatu yang halal. Prinsip produksi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk mencapai kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat, sehingga kegiatan produksi harus dilandasi nilai-nilai Islam dan sesuai dengan *maqashid* al-syariah. Sesuai dengan *maqashid* al-syariah yang artinya produksi yang dilakukan harus selaras dengan pen jagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Selain itu, prioritas produksi harus sesuai dengan prioritas kebutuhan yaitu dharuriyyat, hajjiyat dan tahsiniyat. Kegiatan produksi juga harus memperhatikan aspek keadilan, sosial, zakat, sedekah, infak dan wakaf, mengelola sumber daya alam secara optimal, tidak boros, tidak berlebihan serta tidak merusak lingkungan, distribusi keuntungan yang adil antara pemilik dan pengelola, manajemen dan karyawan (Turmudi, 2017).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diketahui bahwa “perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan”. Dengan demikian maka perilaku produksi Islami adalah reaksi manusia dalam proses produksi dengan mempertimbangkan kejadian yang mempengaruhi proses produksi, dimana reaksi yang diambil berdasarkan prinsip-prinsip Syariah Islam.

Tujuan Produksi Dalam Ekonomi Islam

Menurut Luqman (dalam Turmudi, 2017), tujuan produksi dalam perspektif fiqih ekonomi khalifah Umar bin Khatab adalah sebagai berikut: 1) Dalam berproduksi harus memperhatikan unsur keuntungan yang optimal, namun bukan dalam dimensi meraih keuntungan sebesar-besarnya sebagaimana di dalam paham kapitalis; 2) Dalam melakukan produksi, seorang muslim wajib berupaya memenuhi kebutuhan diri sendiri dan keluarga yang menjadi kewajibannya; 3) Dalam melakukan produksi, mengandalkan kemampuan diri sendiri dan tidak bersandar pada orang lain; 4) Dalam berproduksi senantiasa melindungi harta dan berusaha mengembangkan harta tersebut melalui kegiatan produksi Urgensi harta banyak dijelaskan dalam fiqih ekonomi Umar R.A. karena dalam menegakkan berbagai masalah dunia dan agama membutuhkan harta yang sangat banyak; 5) Dalam berproduksi diharapkan dapat melakukan eksplorasi atas sumber-sumber ekonomi, mengingat Allah Swt. telah mempersiapkan banyak sumber ekonomi di dunia ini untuk dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhannya.; 6) Produksi merupakan upaya untuk terlepas dari ketergantungan ekonomi dari pihak lain atau bangsa lain; 7) Dalam melakukan produksi, seorang muslim harus mendekatkan diri kepada Allah SWT (Taqarrub kepada Allah SWT).

Faktor-Faktor Produksi Dalam Ekonomi Islam

Untuk memproduksi dibutuhkan faktor-faktor produksi berupa alat atau sarana untuk melakukan proses produksi. Menurut Pramanik dalam (Kamal, 2020), faktor-faktor produksi menurut ekonomi Islam terdiri dari faktor-faktor yang sama dengan ekonomi konvensional namun memiliki perbedaan konsep mendasar yang signifikan pada setiap aspek. Faktor-faktor produksi tersebut adalah tanah, tenaga kerja, modal dan pengusaha. Pada faktor tanah, menurut Islam tanah adalah milik Tuhan dan tuan tanah tidak dapat mengambil sewa kecuali meletakkan modal dan tenaga kerjanya di atas tanah tersebut. Pada faktor tenaga kerja, menurut ekonomi Islam, tenaga kerja harus diperlakukan sebagai mitra dalam proses produksi. Untuk faktor modal sendiri dalam ekonomi Islam masih terdapat perbedaan pendapat karena sebagian cendekiawan muslim menilai modal sebagai faktor yang tidak mampu melakukan apapun tanpa tenaga kerja. Demikian pula dengan faktor manajemen/kewirausahawanan masih terdapat perbedaan pendapat para cendekiawan muslim mengenai cara memperlakukan faktor kewirausahawanan mulai dari sebagai tenaga kerja sampai menyatukan dengan modal.

Namun demikian, secara umum, gabungan dari beberapa faktor produksi dapat dinyatakan dalam bentuk fungsi produksi sebagai berikut:

$$Q = f(K, L, R, S)$$

Q= *Output* produksi

f = Fungsi

K= Modal (Capital)

L= Tenaga Kerja (Labour)

R= Bahan baku (Raw Material)

S= Keahlian (entrepreneur)

Fungsi Produksi

Menurut (A. Karim, 2014), fungsi produksi menggambarkan hubungan antara jumlah *input* dan *output* yang dapat dihasilkan dalam satu waktu periode. Untuk jangka pendek, modal dan teknologi diasumsikan tetap. Kemudian, mengingat semua *input* yang digunakan dalam proses produksi membutuhkan biaya, maka prinsip produksi adalah bagaimana melakukan produksi sehingga mencapai tingkat yang paling maksimum dan efisien dengan (i) memaksimalkan *output* dengan *input* tetap; (ii) meminimalkan *input* untuk mencapai tingkat *output* yang sama. Adapun untuk penulisan formula fungsi produksi, contoh apabila pada IMK yang memproduksi barang Q menggunakan 2 (dua) variabel independen faktor produksi K dan L, maka penulisan formula adalah sebagai berikut:

$$Q = f(K,L)$$

Formula di atas menunjukkan jumlah maksimal barang Q yang dapat diproduksi dengan menggunakan berbagai alternatif kombinasi *input* K dan L.(A. Karim, 2014).

Selanjutnya, menurut (A. Karim, 2014), Produk Marginal (*Marginal Product/MP*) adalah derivasi dari fungsi total produksi, yang artinya setiap

penambahan satu unit *input* berdampak pada peningkatan keluaran, sehingga apabila setiap tambahan satu unit mempunyai dampak yang lebih kecil maka berlaku *the law of diminishing return* atau hukum hasil yang semakin menurun. Fungsi Produk Marginal sendiri dituliskan sebagai berikut:

$$MP = \frac{dQ}{dX}$$

Sementara rata-rata kemampuan produksi dari setiap *input* (*Average Product/AP*) dapat ditulis sebagai berikut:

$$AP = \frac{Q}{X}$$

Menurut (A. Karim, 2014), klasifikasi tingkat penambahan keuntungan dan keluaran yang ada dalam fungsi produksi dapat diklasifikasikan sebagai berikut: a) *Point of Diminishing Marginal Return* (DMR) terjadi pada saat kurva *Marginal Product* mencapai titik tertinggi. Pada poin tersebut, setiap terdapat penambahan *input* maka akan memberikan peningkatan yang lebih besar pada *output* yang tercipta. Pada poin tersebut, produsen juga mencapai keuntungan tertinggi, namun secara kuantitas jumlah *output* belum mencapai maksimal; b) *Point of Diminishing Average Return* (DAR) terjadi pada saat kurva *Marginal Product* berpotongan dengan *Average Product*. Pada poin tersebut, penambahan satu unit *input* akan mengakibatkan terjadinya penurunan tingkat *Average Product*; c) *Point of Diminishing Total Return* (DTR) tercapai ketika kurva produksi produk mencapai titik maksimal dan kurva *Marginal Product* menyentuh titik 0. Pada poin ini setiap penambahan unit *input* produksi akan berakibat pada penurunan total *output*.

Produksi Dalam Kemaslahahan

Menurut Mannan dalam (Nasution et al., 2017), perilaku produksi tidak hanya bersandar pada kondisi permintaan pasar melainkan juga berdasarkan pertimbangan kemaslahahan. Hal ini didukung oleh pendapat Metwally dalam (Nasution et al., 2017), bahwa yang mempengaruhi fungsi kepuasan perusahaan adalah variabel tingkat keuntungan dan variabel pengeluaran *charity* atau *good deeds*. Dengan demikian fungsi utilitas dari pengusaha muslim dalam berproduksi untuk kemaslahahan adalah sebagai berikut:

$$U_{\max} = U(F, G)$$

Dimana: F= tingkat keuntungan

G= tingkat pengeluaran untuk *good deeds/charity*/donasi

Berdasarkan hal di atas kita dapat mengetahui bahwa dalam ekonomi Islam, kesejahteraan umat sangat diperhatikan. Melalui *charity* yang dikeluarkan oleh perusahaan, dapat menyebabkan *multiplier effect* terhadap kemampuan membeli masyarakat, yang pada akhirnya akan meningkatkan permintaan terhadap produk perusahaan.(Nasution et al., 2017). Hal ini senada dengan hasil studi (Riani, 2021) yang menyatakan bahwa donasi Islam melalui infak memainkan peranan penting dalam upaya meminimalisir atau meringankan penderitaan umat dan masyarakat selama dan setelah terkena pandemi Covid-19.

Industri Mikro dan Kecil (IMK) Di Indonesia

Mengacu pada Laporan Profil Industri Mikro dan Kecil (IMK) (BPS, 2022), diketahui bahwa:

“Industri mikro adalah perusahaan industri manufaktur yang pekerjanya antara 1-4 orang. Industri kecil adalah perusahaan industri manufaktur yang pekerjanya antara 5-19 orang. Industri manufaktur adalah kegiatan produksi yang mengubah barang dasar (bahan mentah) menjadi barang jadi/setengah jadi dan atau dari barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya. Termasuk ke dalam kategori ini adalah kegiatan jasa industri manufaktur (maklun)”.

Berdasarkan survey IMK Tahunan 2020 diketahui jumlah IMK di Indonesia sebanyak 4,21 juta usaha, yang di dominasi oleh industri makanan sebanyak 1,52 juta usaha (36,08%) disusul dengan industri kayu dan bahan dari kayu sebesar 15,02% dan industri pakaian sebesar 14,05%. IMK ini menyerap tenaga kerja sebesar 9,65 juta orang, dengan latar belakang pendidikan terbanyak adalah lulusan SMP (76,61%). Sektor industri manufaktur sendiri di tahun 2020 menyumbang sebesar 19,88% Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan hal tersebut kita mengetahui bahwa IMK merupakan salah satu penyokong struktur perekonomian nasional, meski masih berada di bawah kontribusi industri pengolahan skala menengah dan besar.

Berbeda dengan krisis ekonomi di tahun 1998 dimana IMK mampu bertahan dan bahkan menjadi salah satu penyelamat perekonomian Indonesia, dampak pandemi Covid 19 sangat memukul kinerja IMK, salah satunya akibat pemberlakuan pembatasan aktivitas sosial dan mobilisasi masyarakat. Pada tahun 2020, sebanyak 2,78 juta usaha IMK menyatakan usahanya terdampak pandemi antara lain dengan adanya penurunan permintaan, terdapat kenaikan harga bahan baku dan penundaan pembayaran dari pembeli.

Upaya IMK untuk menghadapi pandemic sendiri bermacam-macam antara lain adalah dengan mengurangi jam kerja atau hari kerja, mengurangi pekerja dan menghentikan produksi. Selain itu juga terdapat IMK yang menerapkan strategi pemasaran secara daring, berganti sektor usaha, dan melakukan perubahan produk.

Produk Halal

Halal adalah sesuatu yang jika digunakan tidak mengakibatkan dosa. Menurut ajaran Islam, mengkonsumsi yang halal, suci, dan baik merupakan perintah agama dan hukumnya adalah wajib. Penentuan halal dan haram harus didasarkan al-Quran, Sunnah, dan kaidah-kaidah hukum yang dapat dipertanggungjawabkan secara syari'ah.(Rahmadani, 2015).

Muslim memilih untuk menggunakan produk dan jasa halal sebagai bentuk kepatuhan terhadap hukum Syariah Islam. Namun demikian konsumen produk halal tidak hanya berasal dari kalangan muslim saja. Di beberapa negara yang mayoritas penduduknya adalah non-muslim, memperlihatkan trend peningkatan penggunaan produk halal, salah satu contohnya adalah di Rusia. Hal-hal yang mendukung penggunaan produk halal itu sendiri antara lain adalah jaminan kebersihan,

keamanan dan kualitas produk pada seluruh rantai produksinya.(Izzudin & Adinugraha, 2021).

Berdasarkan penelitian dari Hossain, diketahui juga bahwa penggunaan produk dan layanan non-maslahah contohnya seperti minuman beralkohol, tembakau, perjudian dan prostitusi, juga memiliki dampak yang menghancurkan dan menghilangkan perdamaian dunia. Dengan demikian, pertumbuhan produk dan layanan non-maslahah ini juga perlu dikurangi.(Hossain, 2019).

Mempertimbangkan hal-hal tersebut di atas, dapat kita simpulkan bahwa industri halal perlu dikembangkan karena merupakan bentuk upaya untuk meningkatkan kesejahteraan umat karena seluruh proses rantai produksinya sesuai dengan ketentuan Syariah Islam. Terdapat 4 (empat) industri halal di Indonesia yaitu industri makanan halal, industri pariwisata halal, industri *fashion* halal, serta farmasi dan kosmetik halal. (Izzudin & Adinugraha, 2021).

Salah satu industri halal yaitu industri *fashion* halal cukup mendapatkan perhatian selama pandemi. Kendala penjualan yang berdampak pada kemampuan produksi membuat pengusaha *fashion* halal mencari berbagai upaya untuk bertahan antara lain melalui penjualan *online*. Berdasarkan informasi dari website MURI diketahui terdapat salah satu pengusaha mukena yang mendapatkan penghargaan MURI karena berhasil mukena terbanyak dalam waktu 1 menit secara *online*. Hal ini tentu dapat menjadi inspirasi bagi setiap pelaku IMK dan pengusaha di seluruh Indonesia, terutama pengusaha mukena.

METODE PENELITIAN

Paper ini disusun dengan menggunakan pendekatan metode studi kasus (*case study*) yang merupakan suatu penelitian akan fenomena yang terjadi dengan fokus pada pengalaman hidup seseorang (Yin dalam (Yona, 2006)). Studi kasus merupakan salah satu metode penelitian kualitatif yang berbasis pada pemahaman dan perilaku manusia berdasarkan perbedaan nilai, kepercayaan dan *scientific theory*. (Polit & Beck dalam (Yona, 2006)).

Studi kasus dilakukan pada Shofura, IMK yang bergerak di bidang fashion muslim, berlokasi di Jakarta Selatan. Metode dalam penelitian kasus menggunakan teknik *in depth interview* untuk menggali lebih dalam sehubungan perilaku produksi yang diimplementasikan Shofura sebagai IMK produk halal, dampak yang dirasakan pada usaha Shofura akibat pandemi dan upaya yang dilakukan untuk mengatasi hal tersebut.

Pelaksanaan wawancara telah dilakukan pada tanggal 21 Maret 2022, berlokasi di tempat produksi Shofura, dengan narasumber Ibu Erni Murniasih, salah satu *owner* dari Shofura. Hasil wawancara kemudian di olah, di analisis dan disajikan dalam laporan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Shofura

Shofura berdiri pada tahun 2014, sebagai usaha dagang dalam bidang fashion muslim. Usaha Shofura berawal dari sebuah toko/butik yang mengambil barang

produksi di pasar/supplier. Kemudian usaha berkembang dengan memiliki 1 orang penjahit untuk memproduksi sendiri pakaian muslim dan hijab. Selanjutnya usaha berkembang dengan adanya mitra dan mulai fokus untuk produksi utama berupa mukena, sampai dengan saat ini berkembang menjadi suatu IMK yang memiliki 12 pegawai tetap dan total omset penjualan di atas Rp 1 Milyar/tahun.

Pada saat mendirikan Shofura, owner memiliki motif untuk menciptakan lapangan kerja untuk diri sendiri, keluarga yang membutuhkan lapangan pekerjaan dan orang lain khususnya perempuan di sekitar tempat tinggalnya. Ibu Erni merupakan mantan pegawai salah satu Bank Syariah di Indonesia, yang memutuskan untuk menjadi wiraswasta agar dapat memiliki waktu lebih banyak bersama keluarga. Dengan latar belakang pendidikan S1 FMIPA-Biologi Universitas Indonesia, beliau cukup jeli memilih bidang fashion muslim untuk segmen usahanya. Dengan berbekal keinginan untuk melihat produk mukena naik kelas dan menjadi komoditi fashion muslim unggulan, beliau memilih produk mukena sebagai produk utamanya.

Pada awalnya, tujuan yang ingin dicapai dengan mendirikan Shofura adalah tercukupinya kebutuhan dan keinginan diri sendiri serta keluarga, namun demikian Shofura memiliki visi untuk menjadi perusahaan yang dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya pada diri sendiri, keluarga dan masyarakat sekitar. Sementara misi Shofura ditetapkan setiap tahunnya sebagai panduan dan motivasi dalam mengelola usaha.

Faktor Produksi Shofura

Shofura sebagai suatu *family business oriented*, memiliki karyawan yang sebagian besar masih memiliki ikatan kekerabatan satu sama lain. Saat ini jumlah pegawai Shofura terdiri dari 18 (delapan belas) orang, dengan komposisi 12 (dua belas) pegawai tetap dan 6 (enam) orang pegawai *freelance* sesuai kebutuhan. Pegawai tetap terdiri dari 2 (dua) orang *owner*, 2 (dua) orang tim kreatif, 2 (dua) orang koordinator *marketing*, 1 (satu) orang bagian pengembangan produk, 2 (dua) orang penjahit senior, 2 (dua) orang tukang potong, 1 (satu) orang kurir dan 2 (dua) orang bagian Gudang. Sementara itu pegawai *freelance* merupakan penjahit junior. Meskipun memiliki hubungan kekerabatan, namun perekrutan di Shofura juga mempertimbangkan ketrampilan yang dimiliki oleh masing-masing pegawai. Ketrampilan ini juga lah yang menjadi salah satu dasar pertimbangan dalam pemberian besaran gaji, yang disesuaikan dengan kemampuan masing-masing individu.

Khusus dengan penjahit atau tukang potong, terdapat fasilitas talangan pembelian mesin produksi yang dibutuhkan. Misal terdapat kebutuhan mesin jahit atau mesin potong, maka pekerja dapat mengajukan pinjaman kepada Shofura untuk membeli mesin tersebut, tanpa dikenakan bunga. Pengembalian pinjaman dilakukan dengan mencicil sesuai dengan kemampuan pekerja. Selain itu, semua pegawai juga berhak atas THR dan juga bantuan biaya kesehatan yang besarnya tidak mengikat dan bersifat sukarela dari *owner*.

Modal usaha Shofura murni berasal dari para *owner*-nya dengan system pembagian keuntungan berdasarkan porsi modal usaha masing-masing (sistem

Musyarakah). Masing-masing *owner* selain sebagai pemodal juga langsung terjun untuk mengelola usaha.

Bahan baku untuk produksi diperoleh dari *supplier* dengan sistem jual-beli tunai. Bahan utama adalah kain yang pada masa sebelum pandemi berasal dari Luar Negeri (impor), namun saat ini beralih ke produk local, terutama karena kendala pengiriman barang dari Luar Negeri. Sebagai bahan pendukung adalah karet, renda dan risleting. Sementara bahan pelengkap adalah *box*, pita dan *bubble wrap*. Meskipun bahan baku saat ini berasal dari local, namun diakui oleh *owner*, kualitas bahan yang diproduksi local saat ini memiliki kualitas yang jauh lebih baik dari sebelum masa sebelum pandemi.

Owner sebagai pemodal dan pengelola usaha selalu berusaha untuk meningkatkan kompetensi sehingga dapat membawa Shofura menjadi lebih maju lagi. Disampaikan oleh *owner*, beliau banyak belajar secara mandiri mengenai cara mengelola perusahaan, cara merekrut SDM, sistem penggajian yang baik serta akuntansi. Semenjak pandemi, *owner* juga banyak belajar mengenai digitalisasi pada bidang usaha IMK dan sering mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh institusi yang memiliki kepedulian terhadap pengembangan IMK seperti Kementerian Koperasi dan UKM dan juga Dekranasda DKI Jakarta. *Owner* mengakui saat ini Shofura belum memiliki legalitas dan juga laporan keuangan sehingga saat ini sedang dalam proses persiapan untuk mengurusnya termasuk mencari tenaga kerja yang memiliki keahlian di bidang akunting dan legal.

Perilaku Produksi Shofura

Produk Shofura yang terutama adalah mukena, dengan produk pelengkap berupa hijab dan sajadah. Shofura memiliki lini produk premium yang bernama Shofura Signature. Didirikan pada tahun 2019, Shofura Signature memproduksi mukena, hijab dan sajadah kualitas premium yang menasar konsumen kalangan menengah ke atas.

Pada tahun 2021, rata-rata produksi Shofura dan Shofura Signature yang dihasilkan adalah 1.200 pcs mukena premium, 2.200 pcs mukena reguler, 500 pcs sajadah premium dan 200 pcs hijab (premium dan regular). Masa produksi Shofura kurang lebih selama 8 bulan, yang biasanya dimulai sejak selesai masa lebaran Idul Fitri. Sementara masa penjualan intensif biasanya dilakukan sejak 4 (empat) bulan menjelang Ramadhan. Dalam menghitung estimasi banyaknya jumlah yang akan diproduksi biasanya ditentukan berdasarkan data historis penjualan sebelumnya dan jumlah produksi tersebut dapat bertambah jika terdapat pesanan khusus. Biasanya untuk pesanan khusus, pembeli harus melakukan *Purchase Order* (PO) terlebih dahulu. Terlebih lagi pada produk mukena regular Shofura yang diestimasi mengalami penurunan karena telah jenuh, maka sejak masuk masa pandemi produksi lebih banyak dilakukan berdasarkan PO yang masuk.

Adapun kemampuan memproduksi setiap tenaga kerja penjahit rata-rata adalah 50 set mukena regular per minggu atau 10 set mukena premium per minggu. Untuk alokasi tenaga penjahit yang mengerjakan produk premium dan regular tidak ada patokan khusus, hanya menyesuaikan dengan jumlah kebutuhan produksi.

Sementara untuk sajadah dan hijab, produksi dilakukan melalui *vendor* pihak ketiga yaitu perusahaan *printing* dengan skema pemesanan minimal sejumlah kuantitas tertentu yang ditetapkan oleh *vendor*.

Berdasarkan informasi di atas, maka perkiraan tabel produksi Shofura dapat disusun sebagai berikut:

Tabel 1. Produksi Mukena Shofura Signature Tahun 2021

Tenaga Kerja	Total Produk	Produksi Marginal	Rata-Rata Produksi
0	0	-	-
1	320	320	320
2	640	320	320
3	928	288	309
4	1200	272	300

Sumber: wawancara

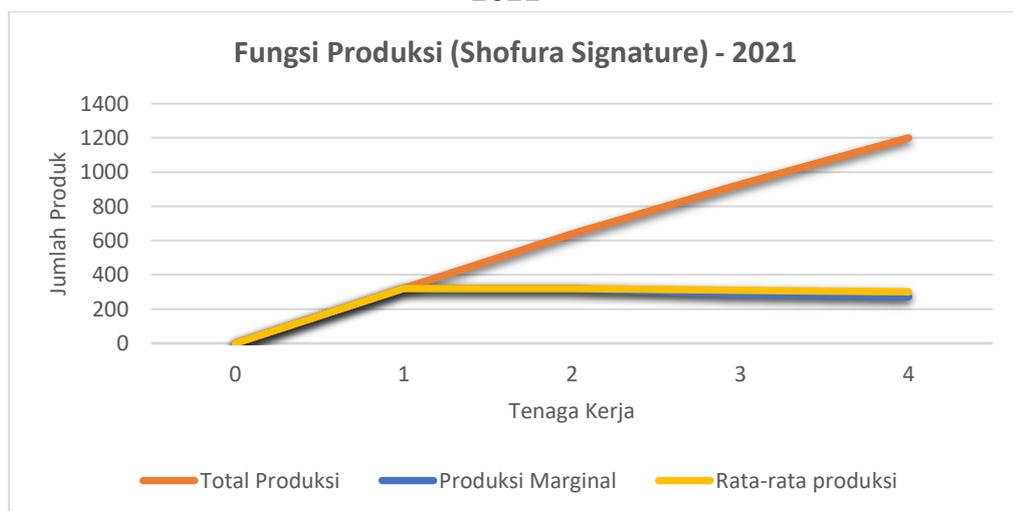
Tabel 2. Produksi Mukena Reguler Shofura Tahun 2021

Tenaga Kerja	Total Produk	Produksi Marginal	Rata-Rata Produksi
0	0	-	-
1	1600	1600	1600
2	2200	1100	600

Sumber: wawancara

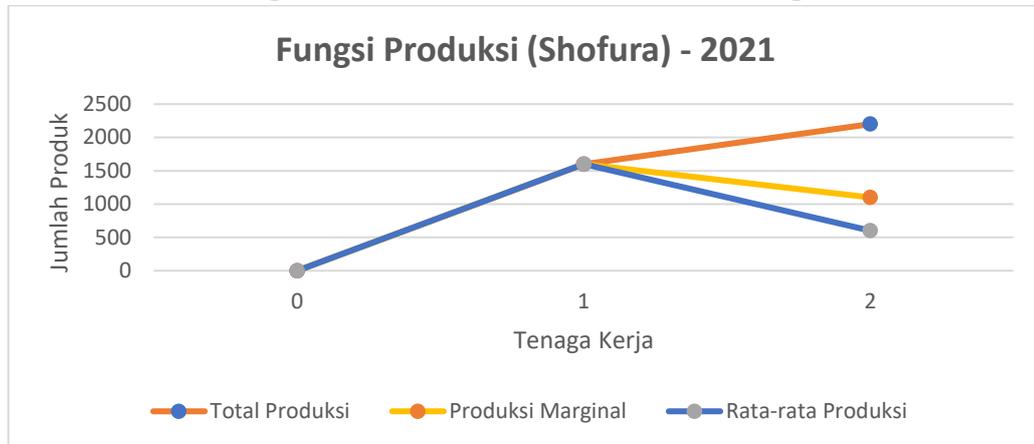
Dengan masa produksi adalah selama 8 (delapan) bulan dalam setahun, diketahui kemampuan produksi Shofura dengan memperkerjakan 2 orang penjahit senior dan 3 penjahit *freelance* adalah sebanyak 4.400 pcs mukena/tahun. Selanjutnya, berdasarkan tabel di atas diperoleh kurva produksi mukena masing-masing sebagai berikut:

Grafik 1. Kurva Fungsi Produksi untuk Produk Mukena Shofura Signature 2021



Sumber: Hasil wawancara yang diolah

Grafik 2. Kurva Fungsi Produksi untuk Produk Mukena Reguler Shofura 2021



Sumber: Hasil wawancara yang diolah

Berdasarkan tabel 1 dan grafik 1 sehubungan produksi mukena premium Shofura Signature diketahui bahwa:

- Keuntungan tertinggi yang dapat diperoleh produsen berada pada saat titik tertinggi kurva produk marginal (*point of diminishing marginal return* – DMR) yaitu pada saat produksi berjumlah 640.
- Pada titik tersebut juga menjadi *point of diminishing average return* (DAR) yaitu ketika kurva produk marginal berpotongan dengan kurva rata-rata produk, sehingga penambahan satu unit *input* pada level tersebut akan mengakibatkan penurunan tingkat rata-rata produk.
- Produk Shofura Signature belum sampai pada titik optimum produksi yang dapat dicapai apabila kurva produk marginal menyentuh angka 0.

Selanjutnya, berdasarkan tabel 2 dan grafik 2 sehubungan produksi mukena reguler Shofura diketahui bahwa:

- Keuntungan tertinggi yang dapat diperoleh produsen berada pada saat titik tertinggi kurva produk marginal (*point of diminishing marginal return* – DMR) yaitu pada saat produksi berjumlah 1.600.
- Pada titik tersebut juga menjadi *point of diminishing average return* (DAR) yaitu ketika kurva produk marginal berpotongan dengan kurva rata-rata produk, sehingga penambahan satu unit *input* pada level tersebut akan mengakibatkan penurunan tingkat rata-rata produk.
- Produk Shofura belum sampai pada titik optimum produksi yang dapat dicapai apabila kurva produk marginal menyentuh angka 0.

Berdasarkan informasi dari *owner*, saat ini produksi mukena reguler Shofura tetap berjalan namun menyesuaikan jumlah permintaan melalui sistem PO.

Dampak Pandemi Dan Upaya Yang Dilakukan

Sebagaimana usaha lainnya, Shofura pun merasakan dampak dari pandemi. Di tahun 2020, Shofura mengalami penurunan kuantitas penjualan sebesar 30% dibandingkan tahun sebelumnya. Menyikapi hal tersebut, Shofura melakukan

pembatasan jumlah tenaga kerja dan penurunan aktivitas produksi. Namun demikian, dari sisi total nominal penjualan yang diperoleh Shofura justru mengalami kenaikan sebesar 30% karena penjualan mukena premium yang meningkat di kala pandemi.

Owner Shofura menjelaskan bahwa dirinya sangat bersyukur kepada Allah karena memberikan intuisi untuk menciptakan *line* produk premium setahun sebelum pandemi. Demikian pula dengan penjualan melalui *channel digital* seperti media sosial yang sudah dimulai oleh Shofura sejak sebelum pandemi melanda. Hal ini membantu Shofura bertahan di kala pandemi karena daya beli segmen pasar mukena premium tidak menurun dan sebagian besar penjualan dilakukan melalui media sosial, sehingga secara total dapat menutupi penurunan penjualan yang terjadi di *line* produk Shofura regular.

Sebelum pandemi, penjualan Shofura sebanyak 90% dilakukan melalui *reseller*. *Reseller* Shofura ini dilakukan dengan landasan kepercayaan dan tidak mensyaratkan uang muka tertentu sebagai syarat menjadi *reseller*. Akad yang digunakan dengan *reseller* adalah jual-beli dimana pembayaran ada yang dilakukan *Cash On Delivery* maupun di akhir bulan (*tempo*). Di awal pandemi, 80% *reseller* berhenti sehingga penjualan secara *offline* menurun drastis. Sejak itulah, Shofura banyak melakukan pembenahan terutama di seluran penjualan *online* dan mulai membentuk tim pengembangan bisnis dan *digital marketer*. Saat ini konsumen Shofura sudah dapat melakukan pembelian tidak hanya melalui toko atau *reseller*, namun juga melalui *official website*, *whatsapp*, dan *Shopee*. Sementara konsumen Shofura Signature dapat melakukan pembelian melalui *webstore*, *whatsapp*, Tokopedia, *Shopee* dan *Instagram*. Selain pasar nasional, saat ini Shofura juga memiliki beberapa *reseller* di negara lain seperti Singapura, Malaysia dan Australia.

Tabel 3. Channel Penjualan Shofura dan Shofura Signature

Shofura	Shofura Signature
<i>Official Website (www.shofura.id)</i>	<i>Official Webstore (www.shofura.id)</i>
WhatsApp	WhatsApp
<i>Reseller</i>	Tokopedia (Shofura Official)
Shopee (shofura official)	Shopee (shofura official)
IG: shofura_id	IG: shofura.signature

Sumber: wawancara

Saat ini, Shofura terus melakukan pengembangan produk dengan menyediakan paket *hampers* yang berisi *product bundling*. *Hampers* ini banyak diminati oleh konsumen korporasi sebagai souvenir kepada pelanggan atau juga konsumen individu yang ingin mempersiapkan souvenir untuk acara istimewa seperti pernikahan atau juga bingkisan hari raya. Shofura bersama dengan segenap tim pendukung senantiasa *alert* dengan perubahan selera konsumen yang berkembang dan selalu berusaha mengeluarkan variasi produk yang dapat menarik minat konsumennya.

Shofura Berproduksi Dalam Kemaslahatan

Shofura menginginkan keberkahan dalam usahanya, sehingga dalam setiap keputusan usaha termasuk produksi selalu berupaya mengikuti prinsip-prinsip Syariah. Tidak terkecuali dalam melakukan *charity*/sedekah/berbagi, Shofura berupaya *istiqomah* memberikan sedekah (di luar kewajiban zakat) secara rutin setiap tahun meski dengan jumlah yang tidak mengikat. Berbagi ala Shofura biasanya dilaksanakan pada bulan Ramadhan dengan cara membagi-bagikan mukena ke beberapa masjid di lingkungan sekitar. Begitu pula jika terdapat bencana alam, Shofura biasanya memberikan donasi dalam bentuk mukena ke daerah yang terkena bencana.

Perlahan tapi pasti, usaha Shofura terus berkembang sejak 7 (tujuh) tahun yang lalu. Dengan membawa motif berproduksi dan tujuan untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya pada diri sendiri, keluarga dan masyarakat sekitar, Shofura berupaya menjalankan misi usaha yang telah ditetapkan setiap tahunnya. Sebagai contoh, pada tahun 2017 Shofura memulai penjualan melalui digital (*Go Digital*), tahun 2018 Shofura fokus dengan *branding* dan mulai membuat *brand* untuk kelas premium, tahun 2019 mulai melakukan ekspansi pasar melalui *e-commerce* Shopee. Ketika pandemi melanda dan usaha Shofura mengalami penurunan, *owner* memutuskan untuk fokus pada penjualan *online* dengan membuat *website* dan ekspansi *e-commerce* melalui Tokopedia. Di tahun 2021, usaha mulai kembali membaik dan Shofura mulai berbenah untuk legalitas dan pembukuan. Di tahun ini, *owner* masih dalam proses merumuskan misi yang ingin di capai. “*Make it flow* dan percaya dengan segala ketetapan Allah” demikian yang disampaikan *owner* dalam akhir wawancara.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Shofura sebuah IMK dalam bidang *fashion* muslim yang memiliki produk utama berupa mukena secara umum telah menerapkan prinsip-prinsip Islami dalam perilaku produksinya. Penerapan prinsip Islam diterapkan mulai dari motif berusaha pada saat pendirian, perumusan tujuan usaha, perumusan misi pengelolaan usaha untuk mencapai visi menjadi perusahaan yang dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya pada diri sendiri, keluarga dan masyarakat sekitar.

Pengelolaan faktor produksi Shofura juga telah menerapkan prinsip Islam seperti dalam penyediaan peralatan produksi tenaga kerja seperti mesin jahit, mesin potong, Shofura memberikan pinjaman tanpa bunga dan pengembalian pinjaman dapat dicicil sesuai dengan kemampuan pekerja. Selanjutnya modal usaha Shofura murni berasal dari para *owner*-nya dengan sistem pembagian keuntungan berdasarkan porsi modal usaha masing-masing (sistem *Musyarakah*). Untuk pengadaan bahan baku diperoleh dari supplier dengan sistem jual-beli. *Owner* sebagai pemodal dan pengelola usaha juga senantiasa meningkatkan pengetahuan dan kompetensi yang dibutuhkan sehingga mampu membawa usaha Shofura menjadi lebih baik lagi setiap tahunnya.

Berdasarkan fungsi produksi untuk produk mukena *premium*, diketahui titik DMR dan DAR berada di titik 640, sementara titik DTR belum tercapai. Sementara itu, untuk produk mukena reguler, diketahui titik DMR dan DAR berada di titik 1.600, sementara titik DTR belum tercapai.

Dampak pandemi juga dirasakan oleh Shofura dan upaya yang dilakukan adalah fokus pada penjualan *online* dan mengalihkan fokus produksi pada lini produk premium yang terbukti tidak mengalami penurunan penjualan sejak pandemi melanda. Sebagai pengusaha muslim, Shofura juga menyisihkan sebagian dari pendapatannya untuk kemaslahatan masyarakat sekitar melalui zakat dan sedekah.

Saran

Saran untuk produksi Shofura ke depan, Shofura masih dapat meningkatkan lagi produksinya di tahun mendatang untuk mencapai tingkat produksi optimum. Namun tentu saja dengan pertimbangan yang matang sehingga produksi dapat diserap oleh pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, A. (2014). *Ekonomi Mikro Islami*. PT Rajagrafindo Persada.
- Al-Qaradhawi, Y. (1995). *Norma & Etika Ekonomi Islam* (M. Solihat, Ed.). Gema Insani.
- Baladina, N. A., & Ashlihah. (2021). Perilaku Produsen Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Kelurahan Lontar Surabaya. *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 2(2), 104–110. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/jies>
- BPS. (2022). *Profil Industri Mikro dan Kecil 2020*.
- Hossain, B. (2019). Masalah based Production Ensures Peace in the World Economy Compared to the Non-Maslahah based Production: The Empirical Evidences from the World Economy. *Thoughts on Economics*, 28(1 & 2), 49–58.
- Izzudin, M., & Adinugraha, H. H. (2021). POTENTIAL DEVELOPMENT OF HALAL INDUSTRY IN INDONESIA. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 2(1), 1–16.
- Kamal, J. (2020). Pasar Faktor Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. In *Jurnal An-Nahl* (Vol. 7, Issue 2).
- Lestari, A. (2021). PENGARUH COVID-19 TERHADAP PERILAKU PRODUSEN BISNIS RUMAHAN (HOMEMADE) DI KARANG BINANGUN II BELITANG MADANG RAYA OKU TIMUR SUMSEL. *Idaaratul 'Ulum*, 3(1), 68–77. <http://www.E:/beritasindo.com/html>,
- Mahfuz, S., Sos, M. I., & Si. (2020). Produksi dalam Islam. *El-Arbah Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 17–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.34005/elarbah.v4i01.1055>
- Nasution, M. E., Huda, N., Setyanto, B., Mufraeni, M. A., & Utama, B. S. (2017). *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*. Kencana.
- Pardanawati, S. L. (2015). PERILAKU PRODUSEN ISLAM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 01(01).

- Rahmadani, G. (2015). Halal Dan Haram Dalam Islam. *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, 2(1), 20–26.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jiph.v2i1.1860>
- Riani, R. (2021). A Literature Review on Islamic Donation. *International Journal of Waqf*, 1, 1. <http://journals.smartinsight.id/index.php/IJW/index>
- Toyib, F. Z. (2021). *ANALISIS PERILAKU PRODUSEN NADILA MEUBEL DI KELURAHAN SIDOMULYO KOTA BENGKULU DITINJAU DARI PRINSIP-PRINSIP PRODUKSI DALAM ISLAM*.
- Turmudi, M. (2017). PRODUKSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Islamadina Jurnal Pemikiran Islam*, 18(1), 37–56.
- Yona, S. (2006). Penyusunan Studi Kasus. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 10(2), 76–80.