

Konsep Maqoshid Syariah dalam Sustainability Business Pasca Kenaikan Harga BBM pada CV. Sabiq Bejo *by*

Submission date: 27-Aug-2023 09:51PM (UTC-0500)

Submission ID: 2152433313

File name: jurnal_konsep_maqashid_syariah_compressed.pdf (149.07K)

Word count: 4721

Character count: 30795

Konsep *Maqoshid Syariah* dalam *Sustainability Business* Pasca Kenaikan Harga BBM pada CV. Sabiq Bejo

Intan Ayu

Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Islam Darul 'ulum

intanayu@unisda.ac.id

Received: 15 th October 2023	Revised: 27 th January 2023	Accepted: 30 th January 2023
---	--	---

Abstract

This study used a qualitative research method aimed at explaining the method events that occurred, and was carried out by involving various existing methods based on data collection techniques and data analysis related to facts regarding the maqoshid sharia concept carried out by CV. Sabiq Bejo in carrying out their business continuity maintained, presented and described, then reviewed to find the results of the research conducted and arranged in a narrative or descriptive statement. CV. Sabiq Bejo in meeting the needs of the concept of maqashid sharia after the increase in fuel prices has not yet reached the point of Maqashid al-shari'ah al-Shātibī. This is because through consumption activities on the ḍaruriyat scale as explained in relation to the five main elements of protection (al-kulliyāt al-khamsah) which should be realized properly, as a whole they have not achieved the protection they should have.

Keywords: *Maqoshid Syariah, Sustainability Business, UMKM*

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan penerapan *maqoshid syariah* yang terjadi pada CV. Sabiq Bejo dilihat dari aspek *sustainability business*. Data CV. Sabiq Bejo dalam melakukan *sustainability* bisnisnya didokumentasikan, disajikan dan digambarkan, kemudian ditelaah guna menemukan hasil dari penelitian yang disusun dalam pernyataan naratif atau deskriptif. Hasilnya CV. Sabiq Bejo dalam memenuhi kebutuhan konsep *maqashid syariah* pasca kenaikan BBM masih belum mencapai titik *maqashid al-shari'ah* al-Shātibī. Penyebabnya adalah kegiatan konsumsi yang dilakukan dengan skala *ḍaruriyat* menggunakan kelima unsur pokok penjagaan (*al-kulliyāt al-khamsah*) yang seharusnya terwujud dengan baik, secara keseluruhan belum mencapai penjagaan yang semestinya.

Kata kunci: *Maqoshid Syariah, Sustainability Business, UMKM*

Pendahuluan

Sektor ekonomi di Indonesia yang memiliki potensi untuk menjaga stabilitas negara salah satunya adalah sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai keterlibatan yang sangat tinggi terhadap peningkatan kesejahteraan rakyat. Bagi pelaku usaha, UMKM merupakan bisnis atau usaha yang dioperasikan perseorangan, suatu rumah tangga, maupun badan usaha kecil.¹

Perbaikan ekonomi Indonesia telah menunjukkan nilai positif sejak Triwulan II hingga Triwulan IV 2021, tetapi terkoreksi sedikit di Triwulan III yang disebabkan kemunculan virus covid varian *Delta*. Setelah virus tersebut dikendalikan oleh pemerintah, maka terjadi peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat. Ekonomi Indonesia berhasil melanjutkan pertumbuhan positif di Triwulan IV-2021 sebesar 5,02%.²

Pada pemerintahan Orde Baru hingga saat ini, perkembangan ekonomi Indonesia selalu dipengaruhi oleh fluktuasi harga Bahan Bakar Minyak (BBM) dunia. Selama periode pertama, ketidak tentuan harga minyak dunia berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Sedangkan pada periode saat ini, penyebab kenaikan harga minyak tersebut cenderung mempengaruhi tingkat inflasi di Indonesia.³ Maka, masyarakat Indonesia yang peduli akan perekonomian bangsa dan juga sebagai pelaku usaha, perlu melakukan strategi agar bisnis tetap bertahan dan *sustain* di masa yang akan datang.

Sustainability berasal dari kata *sustain* yang berarti berlanjut dan *ability* artinya kemampuan. Istilah lain keberlanjutan adalah daya tahan suatu sistem dan proses. *Sustainability* kemampuan suatu sistem usaha untuk mempertahankan tingkat produksinya yang dibentuk oleh alam dalam jangka waktu lama. Konsep keberlanjutan usaha *sustainability business* mengasumsikan bahwa suatu usaha akan tetap beroperasi dalam bisnisnya pada masa yang akan datang. Pelaku usaha mampu terus melakukan sesuai misi usaha atau perusahaannya dan meningkatkan nilai bisnisnya.⁴ Sehingga diharapkan bisnis yang telah berjalan tetap bisa berlanjut. Dan kemudian dapat memenuhi tujuan dari kebutuhan kemaslahatan pelaku usaha tersebut.

¹ Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal & Suharto, *Peran UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat*. Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah 9 (1), 2022, h.73.

² <https://www.ekon.go.id/>, diakses tanggal 12 September 2022, pada 09.45 WIB

³ *Ibid*

⁴ Puspitaningtyas, Z. "Manfaat Literasi Keuangan Bagi *Business Sustainability*", (Yogyakarta, Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VII Universitas Tarumanegara, 2017), h. 254

Kemaslahatan dalam pemikiran al-Shatibi merupakan tujuan *maqasid al-shariah* dan memiliki tiga bagian penting dalam pengukurannya, yaitu *daruriyat*, *hajjiyat* dan *tahsiniyat*. Pencapaian tingkatan *maṣlahah daruriyat* adalah dengan terjaganya *al-kulliyat al-khamsah* yang meliputi penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda. Dengan demikian, seseorang harus mempertimbangkan penjagaan terhadap lima hal pokok dalam melakukan pemenuhan kebutuhan untuk mencapai *maṣlahah daruriyat*, sebelum kemudian memperhatikan kebutuhan *hajjiyat* dan *tahsiniyat*-nya.⁵ Oleh karena itu penulis ingin mengetahui bagaimana konsep *maqasid syariah* dalam *sustainability business* pasca kenaikan harga BBM pada CV. Sabiq Bejo.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang menekankan pada proses dan makna yang tidak secara tepat diuji atau diukur dengan data deskriptif.⁶ Dengan pendekatan kualitatif, semua fakta mengenai konsep *maqasid syariah* yang dilakukan UMKM CV. Sabiq Bejo dalam melakukan *sustainability bisnisnya* didokumentasikan, disajikan dan digambarkan, kemudian ditelaah guna menemukan hasil dari penelitian yang dilakukan dan disusun dalam pernyataan naratif atau deskriptif.

Kajian Teori

Maqasid al-shariah

Maqasid al-shariah dari Abu Ishaq bin Musa bin al-Lakhmi al-Gharnati al-Shatibi atau yang biasa dikenal dengan sebutan Imam al-Shāṭibī adalah konsep untuk menilai tingkat pencapaian kemaslahatan. Secara terminologi, al-Shatibi tidak memberikan penjelasan terkait pendefinisian *maqasid al-shari'ah*, tetapi langsung menyampaikan pembagiannya dilihat dari tujuan *shari'ah* yang berupa kemaslahatan. Pengambilan kemaslahatan tersebut dilakukan bersamaan dengan upaya menghindari ataupun menolak kerusakan (*jalb al-maṣāliḥ wa dar'u al-mafāsid*). Selain itu, al-Shatibi juga membagi *maṣlahah* dalam tiga tingkatan, yakni *daruriyat*, *hajjiyat* dan *tahsiniyat*.⁷ Pencapaian tingkatan *maṣlahah daruriyat* adalah dengan terjaganya *al-kulliyāt al-khamsah* yang meliputi penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda.

⁵ Al-Shāṭibī, al-Muwāfaqāt fi Uṣūl al-Sharī'ah, Jilid 2 (Beirut: Dar al-Ma'rifah, t.th.), 219.

⁶ Arif Furchan, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif* (Surabaya: Usaha Nasional, 1992), hal.21

⁷ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 4, Cet. 8, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017b), 325. Lihat juga, Toriquddin, "Teori Maqāṣid al-sharī'ah". h.35.

Dengan demikian, seseorang harus mempertimbangkan penjagaan terhadap lima hal pokok dalam melakukan pemenuhan kebutuhan untuk mencapai *maṣlahah ḍaruriyat*, sebelum kemudian memperhatikan kebutuhan *hajjiyat* dan *taḥsiniyat*-nya. Dalam penggunaan metode *maṣlahah*, terdapat beberapa persyaratan yang perlu diperhatikan dalam mengkaji suatu perilaku, di antaranya adalah⁸: a) *reasonable* dan *relevan* terhadap kasus hukum yang ditetapkan, b) bertujuan untuk memelihara segala sesuatu yang sifatnya *ḍarūriyāt* serta guna menghapus kesulitan dengan jalan menghilangkan setiap kesulitan dan bahaya yang ada, dan c) harus sesuai dengan tujuan *dishari'atkannya* suatu hukum tanpa berlawanan dengan dalil-dalil *qaṭ'i*, seperti halnya larangan dalam berperilaku boros dan bermewah-mewahan.

Jika persyaratan-persyaratan tersebut dapat dipenuhi, maka pola konsumsi dapat diukur untuk mengetahui seberapa besar tingkat pencapaian kemaslahatannya. Meski setiap orang memiliki tingkat kepuasan yang berbeda, namun kemaslahatan bukanlah sesuatu yang dinilai dari seberapa puas orang ketika melakukan suatu pembelian atas suatu barang ataupun jasa, akan tetapi seberapa bisa orang tersebut mampu menjaga kebaikan agama, jiwa, akal, keturunan, serta harta bendanya untuk mencapai *maṣlahah ḍaruriyat*, hingga kemudian *hajjiyat* dan *taḥsiniyat*. Dan ruang lingkup konsumsi dalam ekonomi Islam erat kaitannya dengan keimanan seseorang, maka iman menjadi media ukur ketika melakukan preferensi konsumsi.⁹

Sustainability

Sustainability berasal dari kata *sustain* yang berarti berlanjut dan *ability* artinya kemampuan. Dalam istilah lain keberlanjutan adalah daya tahan suatu sistem dan proses. *Sustainability* adalah kemampuan suatu sistem usaha untuk mempertahankan tingkat produksinya yang dibentuk oleh alam dalam jangka waktu yang panjang. Konsep keberlanjutan usaha (*sustainability business*) mengasumsikan bahwa suatu usaha akan tetap berada dalam bisnisnya pada masa yang akan datang. Pelaku usaha selalu berusaha untuk mampu mencapai tujuan bisnisnya dan meningkatkan nilai bisnisnya.¹⁰

⁸ Adiwarmar Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 4, Cet. 8, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017b), 325. Lihat juga, Toriquddin, "Teori Maqāṣid al-sharī'ah", h.35

⁹ Mansur, "Preferensi Konsumsi Keluarga Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kelurahan Wates, Ngaliyan Kota Semarang)," Vol. 11, No. 2, (Desember 2017), h 412.

¹⁰ Puspitaningtyas, Z. "Manfaat Literasi Keuangan Bagi Business Sustainability", (Yogyakarta, Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VII Universitas Tarumanegara, 2017), h. 254

Menurut Handayani, keberlangsungan usaha merupakan suatu keadaan atau kondisi usaha, di mana di dalamnya terdapat cara-cara untuk mempertahankan, mengembangkan, dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada pada suatu usaha. Cara-cara yang dipergunakan, bersumber dari pengalaman sendiri, orang lain, serta berdasarkan pada kondisi atau keadaan ekonomi yang sedang terjadi di dalam dunia usaha. Sehingga, keberlanjutan usaha (*sustainability business*) merupakan bentuk konsistensi dari usaha, di mana keberlangsungan ini merupakan proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha di mana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi (ketahanan) usaha.¹¹

Dalam mengupayakan keberlanjutan usaha pada UMKM, manajemen pengelolaan sangatlah dibutuhkan untuk keberlangsungan proses pelaku usaha serta eksistensi UMKM tersebut. Yang mempengaruhi keberlanjutan usaha, yaitu:

Permodalan

Setiap kegiatan usaha baik profit atau non profit senantiasa membutuhkan dana untuk modal yang digunakan untuk membelanjai dan menjalankan usahanya. Pada dasarnya, dana atau modal yang dimiliki suatu pelaku UMKM digunakan untuk membiayai operasional kegiatan misalnya untuk membeli bahan dasar, bahan pembantu, membayar gaji para karyawan dan lain sebagainya. Dengan harapan melalui penjualan, perusahaan akan dapat memperoleh kembali dana yang telah dikeluarkan.

Menurut Kasmir, modal adalah suatu barang yang digunakan sebagai suatu dasaran atau bahan sebuah pekerjaan yang digunakan untuk sebuah keperluan usaha, mulai dari biaya yang dikeluarkan digunakan untuk membiayai pendirian perusahaan (prainvestasi), pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap sampai dengan modal kerja. Menurut Muhammad Sharif Chaudhy, modal adalah kekayaan yang dipakai untuk menghasilkan kekayaan lagi. Modal merupakan semua barang yang digunakan untuk produksi tidak untuk konsumsi, melainkan untuk produksi lebih lanjut. Mesin, peralatan, alat-alat pengangkutan, persediaan barang mentah, uang tunai yang di tanamkan dalam usaha dan sebagainya. Semua adalah contoh modal. Jadi, modal adalah kekayaan yang didapatkan oleh

¹¹ Handayani, N. "Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik di Kampung Kauman, Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta", (Laporan Penelitian Individual, Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2007), h. 47

manusia melalui tenaganya sendiri dan kemudian menggunakannya untuk menghasilkan kekayaan lebih lanjut.

Menurut John Soeprihanto, modal dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1) Modal menurut waktu pengeluarannya

- a) Modal investasi adalah modal yang digunakan dalam jangka panjang, namun dapat dipakai secara berulang kali. Biasanya dilakukan pada awal pendirian usaha tersebut. Seperti modal berupa tanah, bangunan, mesin, ataupun peralatan.
- b) Modal kerja adalah modal yang akan digunakan untuk melakukan pendanaan terhadap biaya operasional dari usaha yang dijalankan. Modal kerja ini akan digunakan dalam jangka waktu yang lebih pendek.

2) Modal menurut sumber dana

- a) ²⁴ Modal sendiri, yaitu modal yang didapatkan dari pendanaan yang diperoleh dari diri sendiri.
- b) Modal dari luar, yaitu modal yang diperoleh dari pihak luar dan bukan dari diri sendiri atau si pemilik usaha. Biasanya modal ini didapatkan dari bank, kerabat dekat, atau rekan bisnis.

Pemasaran

Pemasaran menurut Willian J. Stanton ¹³ adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Pemasaran ¹⁷ secara umum memiliki arti sebagai salah satu upaya untuk mengenalkan barang ataupun jasa melalui promosi agar para konsumen tertarik dan melakukan pembelian demi tercipta penawaran yang kemudian dapat memenuhi kebutuhan masing-masing.

Di dalam pemasaran ada beberapa tahap yang harus diperhatikan di antaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Memilih tujuan menetapkan harga, pada tahap pertama industri tersebut memutuskan di mana ingin memposisikan tawaran pasarnya. Semakin jelas tujuan suatu industri maka akan semakin mudah untuk menetapkan harga.

2) Menentukan permintaan, setiap harga akan menghasilkan tingkat permintaan yang berbeda dan hal ini mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap tujuan pemasaran suatu industri.

3) Memperkirakan biaya. Permintaan menentukan batas harga tertinggi yang dapat dikenakan suatu industri untuk produknya. Biaya menentukan batas terendahnya. Industri tersebut ingin menetapkan harga yang menutupi biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk, termasuk laba yang lumayan untuk upaya dan resikonya.

Untuk memperlancar keberlanjutan usaha pelaku UMKM harus melakukan kegiatan pemasaran agar produksi yang dihasilkan dapat dikenal dan agar mendapatkan permintaan dari konsumen. Dalam memasarkan produknya, pemilik usaha menggunakan pola hubungan dengan agen mitra dengan prinsip saling menguntungkan, saling membutuhkan, dan saling memperkuat. Melalui pola pemasaran seperti ini pelaku UMKM menjadi memiliki banyak relasi yang luas dengan mitra untuk memasarkan produknya lebih luas lagi.

Teknologi

Menurut Rachmawan Budiarto, teknologi dapat diartikan sebagai barang, alat, proses, metode, prosedur yang dapat digunakan untuk mempermudah pekerjaan manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Atau bisa didefinisikan sebagai keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Penggunaan teknologi oleh manusia diawali dengan mengubah sumber daya alam menjadi alat-alat sederhana. Pelaku UMKM telah memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usahanya agar tetap berlanjut dalam waktu yang lama. Namun biasanya pelaku UMKM khususnya yang ada di pasar, masih sedikit yang menggunakan teknologi dalam memproduksi barangnya dan kebanyakan hanya menggunakan tenaga manusia.

Tenaga Kerja

Tenaga kerja sinonim dengan manusia dan merupakan faktor keberlanjutan produksi yang amat penting. Bahkan kekayaan alam suatu negara tidak akan berguna jika tidak dimanfaatkan oleh manusia. Alam memang sangat dermawan bagi suatu negara dalam menyediakan sumber daya alam yang tak terbatas, tetapi tanpa usaha manusia semua tidak akan terpakai.¹²

Manfaat Business Sustainability (Keberlanjutan Usaha)

¹² Manullang, M. "Dasar-Dasar Manajemen", (Yogyakarta: Gajah Mada Press, 2012), h. 12-27

Pelaku usaha tidak hanya cukup untuk memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, tetapi juga dapat memahaminya dan menerapkan pengetahuan pengelolaan yang telah dimiliki. Pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik di harapkan mampu untuk mengambil keputusan secara tepat sehingga Business Sustainability (Keberlanjutan Usaha) dapat terus berkelanjutan. Hasil tersebut tidak lepas dari manfaat Business Sustainability (Keberlanjutan Usaha), yaitu:

- a. Meningkatkan keuntungan
Sustainability Business (Keberlanjutan Usaha) tidak lepas dari kelestarian lingkungan. Semakin terjaga lingkungan usaha maka dapat disimpulkan usaha tersebut dapat mendapat keuntungan dari lingkungan sekitar.
- b. Produktivitas meningkat
Sustainability Business (Keberlanjutan Usaha) hampir sama dengan menyederhanakan proses produksi dan mengurangi aktivitas yang berlebihan, sehinggapbiaya produksi yang dikeluarkan juga berkurang.
- c. Sumber daya manusia yang berkualitas
Sumber daya manusia yang dikelola dengan baik dengan melalui keterampilan dan kemampuan yang dimiliki karyawan akan memotivasi untuk terus belajar dan mampu bersaing secara kompetitif demi mewujudkan kinerja usaha yang baik
- d. Mengefisiensi energi
Keberlanjutan suatu usaha tidak lepas dari memanfaatkannya teknologi yang berkembang saat ini. Teknologi mendukung usaha seperti pemasaran bisa dilakukan secara online, mesin produksi yang di design semakin efisien, pembukuan keuangan bisa dilakukan dengan sistem di computer.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Pengertian UMKM Menurut ³ Warkum Sumitro, usaha mikro kecil dan menengah adalah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tenaga kerja yang digunakan tidak melebihi dari 50 orang. Usaha skala mikro merupakan sebagian besar dari bentuk usaha mikro dan usaha kecil misalnya pedagang kaki lima, kerajinan tangan, usaha souvenir, dan sejenisnya.¹³

¹³ Buchari Alma, “Kewirausahaan”, (Bandung: Alfabeta, 2010), edisi revisi, h.157

Sedangkan menurut Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM bahwa unit usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki orang per orang dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang diatur dalam undang-undang (Undang-undang Nomor 20 tahun 2008).¹⁴

Kriteria usaha mikro yang dimaksud, yaitu: 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp .50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300 juta.¹⁵ Secara umum, tujuan yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi pasar persaingan bebas.

Kriteria Usaha Kecil dan Menengah a. Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha. b. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah Berdasarkan Perkembangan 1) *Livelihood Activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. 2) *Micro Enterprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan. 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor. 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB)¹⁵.

Karakteristik Usaha Mikro Menurut Perspektif Ekonomi Islam

a. Usaha mikro pengaturannya bersifat ketuhanan/ilahiah (*nizhamun rabbaniyah*), mengingat dasar-dasar pengaturannya yang tidak diletakkan oleh manusia akan tetapi didasarkan pada aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT sebagaimana di dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.

b. Usaha mikro berdimensi akidah atau keakidahan (*iqtishadun, aqdiyyun*), mengingat ekonomi Islam itu pada dasarnya terbit atau lahir (sebagai ekspresi) dari akidah Islamiah (*al-
aqidah Al- Islamiyyah*) yang di dalamnya akan dimintakan pertanggung- jawaban terhadap akidah yang diyakininya.

¹⁴ Pasal 1 Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

¹⁵ Reza Arfia, "Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Informasi Terdepan Tentang Usaha Kecil Menengah" journal Pengembangan UMKM di Indonesai 20014. H.55

- c. Berkarakter *ta'abbudi* (*thabi'un ta'abbudiyun*). Mengingat usaha mikro Islam itu merupakan tata aturan yang berdimensi ketuhanan (*nizham rabbani*).
- d. Terkait dengan akhlak (*murtabithun bil-akhlaq*), Islam tidak pernah memprediksi kemungkinan ada pemisahan antara akhlak dan ekonomi juga tidak pernah memetakan pembangunan ekonomi dalam pelindungan Islam yang tanpa akhlak.
- e. Elastis (*al-murunah*), *al-murunah* didasarkan pada kenyataan bahwa al-Qur'an dan al-Hadist yang keduanya dijadikan sumber asasi ekonomi.
- f. Objektif (*al-maudhu'iyah*), Islam mengajarkan umatnya supaya berlaku dan bertindak objektif dalam melakukan aktifitas ekonomi. Aktivitas ekonomi pada hakekatnya adalah merupakan pelaksanaan amanat yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku ekonomi tanpa membedakan jenis kelamin, warna kulit, etnik, agama/kepercayaan dan lain-lain.
- g. Realistis (*al-waqiyyah*). Prakiraan (*forecasting*) ekonomi khususnya prakiraan bisnis tidak selamanya sesuai antara teori di satu sisi dengan praktek pada sisi yang lain.
- h. Harta kekayaan pada hakekatnya adalah milik Allah SWT dalam prinsip ini terkandung maksud bahwa kepemilikan seseorang terhadap harta kekayaan (*al-amwal*) tidaklah bersifat mutlak. i. Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan (*tarsyid istikhdam al-mal*).¹⁶

Hasil dan Pembahasan

Permodalan di UMKM CV. Sabiq Bejo telur asin berawal dari *bisyaroh* mengajar di TPQ desa Cluring Kecamatan Kalitengah sebesar Rp. 75.000,00 pada tahun 2009. Kemudian pada awal tahun 2018, UMKM tersebut mengalami kerugian akibat *supplier* telur tidak mengirim telur sesuai pesanan sampai berulang-ulang sehingga kerugian mencapai nominal sebesar Rp.15.000.000,00. Kerugian tersebut di luar tanggung jawab dari *supplier*, akan tetapi *owner* Sabiq hanya mengihlaskan karena beberapa kali berusaha meminta ganti rugi tetapi tidak diberi. Pada pertengahan tahun 2021, beberapa dinas kabupaten Lamongan menawarkan sejumlah mesin untuk proses produksi telur asin. Selain itu, ada juga dinas yang selain mengirim mesin juga memberikan akses permodalan sejumlah uang sebesar belasan juta rupiah. Dan pada awal tahun 2022, pihak bank banyak menawari CV. Sabiq pinjaman tanpa jaminan untuk mengelola usahanya dengan bunga yang kecil selama tiga tahun.

¹⁶ Muhammad Reztri Irfani, "Peran Usaha Mikro Produsen Kelanting Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Menurut Perspektif Islam" (IAIN Raden Intan Lampung, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islman, Ekonomi Islam, 2016), hal. 21

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Sabiq Bejo adalah dengan datang ke warung-warung untuk bermitra konsinasi, mengikuti bazar, pameran di manapun yang memungkinkan utamanya yang diundang adalah tokoh masyarakat bintang artis sampai Menteri. Selain itu CV. Sabiq menggunakan pemasaran *online* seperti: Shopee, Instagram, Whatsapp dan Tiktok.

Teknologi dalam CV. Sabiq menggunakan teknologi mesin pencuci telur yang didesain khusus dari kota Bandung dan dipesankan oleh Dinas Kabupaten Lamongan sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan.

Tenaga kerja CV. Sabiq berjumlah lima orang, yang terdiri dari satu admin dan empat orang tenaga produksi. Untuk pendistribusiannya, CV. Sabiq bekerja sama dengan jasa kirim Antaraksa di Lamongan yang menggunakan tarif jarak per-km. Semenjak pemerintah menaikkan harga BBM, CV. Sabiq memiliki kesulitan untuk menekan biaya distribusi produk.

Strategi *sustainability* UMKM CV. Sabiq Bejo pasca kenaikan BBM

Kenaikan harga BBM berimbas pada kesulitan pada biaya operasional distribusi produk. Hal yang dilakukan CV. Sabiq agar bisa bertahan, yaitu dengan aktif berinovasi dan melakukan berbagai strategi untuk *sustainability business* seperti:

- a. Aktif mengikuti kegiatan dari Dinas Koperasi ataupun Perekonomian apalagi kegiatan yang mendatangkan artis atau pejabat sehingga dapat memasarkan produk lewat pemberian oleh-oleh dan berfoto dengan mereka.
- b. Aktif melakukan postingan produk di sosial media maupun di *marketplace* dengan strategi yang dapat menarik konsumen. Seperti menurunkan harga tidak seperti biasanya, memposting produk dengan artis atau pejabat.
- c. Aktif di berbagai organisasi masyarakat. Hal tersebut dilakukan *Owner* CV. Sabiq Bejo yang memiliki jabatan tinggi di berbagai kecamatan, komunitas ibu-ibu muda di tingkat kecamatan dan sekaligus sebagai koordinator divisi ekonomi. Sehingga jaringan dari Sabiq cukup luas melalui komunitas tersebut.

Konsep *Maqashid-al Syariah* dalam CV. Sabiq

Seseorang harus mempertimbangkan penjagaan terhadap lima hal pokok dalam melakukan pemenuhan kebutuhan untuk mencapai maṣlaḥah *darūriyāt*, sebelum kemudian memperhatikan kebutuhan *hājiyāt* dan *taḥsīniyāt*-nya. Dalam penggunaan metode maṣlaḥah,

terdapat beberapa persyaratan yang perlu diperhatikan dalam mengkaji suatu perilaku, di antaranya adalah a) *reasonable* dan relevan terhadap kasus hukum yang ditetapkan, b) bertujuan untuk memelihara segala sesuatu yang sifatnya *ḍarūriyāt* serta guna menghapus kesulitan dengan jalan menghilangkan setiap kesulitan dan bahaya yang ada, dan c) harus sesuai dengan tujuan *disharī'at*kannya suatu hukum tanpa berlawanan dengan dalil-dalil *qaṭ'i*, seperti halnya larangan dalam berperilaku boros dan bermewahmewahan.¹⁷

Apabila dilihat dari sisi kemaşlahatan, CV. Sabiq masih belum mencapai titik *maqāşid al-sharī'ah al-Shātibī*. Hal tersebut dibuktikan dengan belum terwujudnya tiga bagian penting yaitu, *daruriyat*, *hajjiyat* dan *tahsiniyat*. CV. Sabiq tersebut tidak berlebihan hanya sampai pada instrument *hajjiyat* meskipun sebenarnya mampu memenuhi semua instrumen akan tetapi memang gaya hidup yang dimiliki memilih gaya hidup memprioritaskan instrument *daruriyat* dan *hajjiyat* saja. Yaitu seperti: makan sehari hari dengan sederhana, membeli motor *Scoopy* dengan uang *cash* tanpa kredit dan membeli pakaian secukupnya.

Melalui keimanan, orang dapat memahami serta membedakan antara yang terpenting dan terpenting yang harus didahulukan atau dipenuhinya. Tentunya hal ini mempengaruhi cara pandang seseorang dalam menentukan barang atau jasa apa yang akan dikonsumsinya tersebut. Inilah mengapa menjaga *al-kulliyāt al-khamsah* sangat penting guna mencapai maşlahah dalam berkonsumsi, sebab dengan terjaganya kelima misi pokok tersebut menjadikan keimanan yang mendatangkan keberkahan dalam hidup.

Peran *maqashid syariah* dalam pengembangan CV Sabiq bisa diwujudkan ke dalam *maqashid syariah al-khamsah*. Peran agama (*hifz ad-din*) sebagai posisi pondasi utama, CV Sabiq dapat mewujudkan dalam bentuk aspek spritualitas seperti halnya menjaga sholat lima waktu, dan istiqomah dalam menjalankan sholat *dhuha*. Dari aspek permodalan dan omset, menjadikan *hifz ad-din* sebagai garda terdepan dengan mengutamakan nilai-nilai syari'ah, UMKM tersebut tidak mencari modal dari hasil riba dan dari sumber-sumber yang haram lainnya, serta tidak mencari keuntungan dengan cara yang *bathil*.

Perlindungan konsumen ada pada aspek *hifz an-nafs*, yaitu perhatian terhadap barang-barang yang diproduksi. Oleh karena itu CV Sabiq saat berdiri mendapatkan dua legalitas yaitu: legalitas dari dinas kesehatan dan legalitas dari majelis ulama'. Legalitas dari dinas

¹⁷ Shātibī, Al-I'tişām, (Riyadh: Maktabah Riyadh al-Haditsah, t.th.), 364-367

kesehatan sebagai tindakan *preventif* terhadap produksi barang yang menimbulkan dampak berbahaya terhadap keselamatan jiwa konsumen. Legalitas majelis ulama' merupakan tindakan preventif terhadap produksi barang yang dilarang oleh syari'at Islam, sedangkan CV. Sabilq sudah terdaftar dengan nomor sertifikat ID35110000010601020 sejak 3 september 2020.

Hifz al-aql dan *hifz an-nasl* akan berhubungan dengan pelaku individu UMKM itu sendiri. Prinsip ini akan menjadi kebutuhan individu pelaku UMKM seperti kebutuhan fisik, psikologi dan kesehatan. Akal merupakan anugrah Allah SWT kepada setiap manusia, menurut CV Sabilq peran akal menjadi tolak ukur dari aktifitas UMKM, akal yang sehat akan menciptakan UMKM yang sehat, akan menciptakan persaingan yang kompetitif. Sedangkan *hifz al-mal* merupakan hal yang urgen dalam UMKM sebagai upaya untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat dengan cara merekrut karyawan disekeliling wilayah tersebut tanpa mendiskriminasi distabilitas. Pada akhirnya, segala aktifitas CV Sabilq akan berhubungan dengan *hifz al-mal*. *Hifz al-mal* tidak hanya dilakukan dalam bentuk tabungan semata, namun CV Sabilq mendistribusikannya sesuai dengan anjuran dan perintah dalam Islam, seperti membayar zakat tepat waktu, bershadaqah istiqomah setiap hari jum'at untuk anak yatim penghafal al-qur'an, dan juga melaksanakan infak.

Dengan demikian keimanan menjadi filter bagi seseorang dalam memotivasi pendapatannya agar lebih efektif halal serta maşlahah. Maşlahah dengan gaya hidup yang terkendali sesuai dengan preferensi konsumsi yang Islami, tidak berlebih-lebihan maupun pemborosan dalam pembelanjaan atas barang dan jasa. Teori konsumsi dalam Islam mengajarkan konsumen untuk lebih bijak dalam menentukan prioritas pemenuhan kebutuhan.¹⁸ Itulah sebabnya ada pengelompokan tingkat kebutuhan sebagaimana pembagian maşlahah yang terdapat dalam konsep pemikiran *al-Shāṭibī* terkait dengan *maqāşid alsharī'ah*.

Kesimpulan

Peran *maqashid syariah* dalam pengembangan CV Sabilq bisa diwujudkan ke dalam *maqashid syariah al-khamsah*. Peran agama (*hifz ad-din*) sebagai posisi pondasi utama CV Sabilq dapat mewujudkan dalam bentuk aspek spritualitas seperti halnya menjaga sholat lima waktu, dan istiqomah dalam menjalankan sholat *dhuha*. Dari aspek permodalan dan omset,

¹⁸ Anju Ayunda, Lu'liyatul Mutmainah, Nurul Huda, "Analisis Terhadap Perilaku Konsumen Produk Fashion Muslim", *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*, Vol. 3, No. 2, (Desember 2018).h. 2

menjadikan *hifz ad-din* sebagai garda terdepan dengan mengutamakan nilai-nilai syari'ah, UMKM tersebut tidak mencari modal dari hasil riba dan dari sumber-sumber yang haram, serta tidak mencari keuntungan dengan cara yang *bathil*.

Perlindungan konsumen, maka aspek *hifz an-nafs* harus berupa perhatian terhadap barang-barang yang diproduksi. Oleh karena itu CV. Sabiq saat berdiri mendapatkan dua legalitas yaitu: legalitas dari dinas kesehatan dan legalitas dari majelis ulama'. Legalitas dari dinas kesehatan sebagai tindakan *preventif* terhadap produksi barang yang menimbulkan dampak berbahaya terhadap keselamatan jiwa konsumen. Legalitas majelis ulama' merupakan tindakan preventif terhadap produksi barang yang dilarang oleh syari'at Islam, sedangkan UMKM tersebut sudah terdaftar dengan nomor sertifikat ID35110000010601020 sejak 3 september 2020.

Hifz al-aql dan *hifz an-nasl* akan berhubungan dengan pelaku individu UMKM itu sendiri. Prinsip ini akan menjadi kebutuhan individu pelaku UMKM seperti kebutuhan fisik, psikologi dan kesehatan. Akal merupakan anugrah Allah SWT kepada setiap manusia, menurut CV Sabiq peran akal menjadi tolak ukur dari aktifitas UMKM, akal yang sehat akan menciptakan UMKM yang sehat, akan menciptakan persaingan yang kompetitif. Sedangkan *hifz al-mal* merupakan hal yang urgen dalam UMKM sebagai upaya untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat dengan cara merekrut karyawan disekeliling wilayah tersebut tanpa mendiskriminasi distabilitas. Pada akhirnya segala aktifitas CV Sabiq akan berhubungan dengan *hifz al-mal*. *Hifz al-mal* tidak hanya dilakukan dalam bentuk tabungan semata, namun CV Sabiq mendistribusikannya sesuai dengan anjuran dan perintah dalam Islam, seperti membayar zakat tepat waktu, bershadaqah istiqomah setiap hari jum'at untuk, anak yatim penghafal al-qur'an, dan juga melaksanakan infak.

Daftar Rujukan

- Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 4, Cet. 8, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017)
- Anju Ayunda, Lu'liyatul Mutmainah, Nurul Huda, "Analisis Terhadap Perilaku Konsumen Produk Fashion Muslim", *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*, Vol. 3, No. 2, (Desember 2018)
- Alfarisi, Salman Muhammad Iqbal & Suharto, *Peran UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat*. Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah 9.No.1 (April 2022)
- Al-Shāṭibī, al-Muwāfaqāt fi Uṣul al- Sharī'ah, Jilid 2 (Beirut: Dar al-Ma'rifah)
- Buchari Alma, "Kewirausahaan", (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Handayani, N. "Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik di Kampung Kauman, Kelurahan Kauman, Keamatan Pasar Kliwon, Surakarta", (Laporan Penelitian Individual, Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2007)
- <https://www.ekon.go.id/>, diakses tanggal 12 September 2022, pada 09.45 WIB.
- Manullang, M. "Dasar-Dasar Manajemen", (Yogyakarta: Gajah Mada Press, 2012)
- Mansur, "Preferensi Konsumsi Keluarga Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kelurahan Wates, Ngaliyan Kota Semarang)," Vol. 11, No. 2, (Desember 2017)
- Muhammad Reztri Irfani, "Peran Usaha Mikro Produsen Kelanting Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Menurut Perspektif Islam" (IAIN Raden Intan Lampung, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islman, Ekonomi Islam, 2016)
- Puspitaningtyas, Z. "Manfaat Literasi Keuangan Bagi Business Sustainability", (Yogyakarta, Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VII Universitas Tarumanegara, 2017),
- Puspitaningtyas, Z. "Manfaat Literasi Keuangan Bagi Business Sustainability", (Yogyakarta, Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VII Universitas Tarumanegara, 2017)
- Pasal 1 Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Reza Arfia, "Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Informasi Terdepan Tentang Usaha Kecil Menengah" Jurnal Pengembangan UMKM di Indonesai (2014)

Konsep Maqoshid Syariah dalam Sustainability Business Pasca Kenaikan Harga BBM pada CV. Sabiq Bejo

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to General Sir John Kotelawala Defence University Student Paper	1%
2	jurnalpost.com Internet Source	1%
3	etheses.iainmadura.ac.id Internet Source	1%
4	repository.maranatha.edu Internet Source	1%
5	ejournal.undar.ac.id Internet Source	1%
6	ejournal.iainpare.ac.id Internet Source	1%
7	jurnal.syntax-idea.co.id Internet Source	1%
8	yrsholihin.wordpress.com Internet Source	1%

Submitted to Universitas Respati Indonesia

9	Student Paper	1 %
10	dbpedia.org Internet Source	1 %
11	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	1 %
12	journal.staincurup.ac.id Internet Source	1 %
13	jurnal.upnyk.ac.id Internet Source	1 %
14	sipora.polije.ac.id Internet Source	1 %
15	repository.unja.ac.id Internet Source	1 %
16	thebig3.student.umm.ac.id Internet Source	1 %
17	www.tugassekolah.com Internet Source	1 %
18	Ery Suryanti, Hendra Lesmana, Husni Mubarok. "Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM", Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi, 2021 Publication	1 %

inferensi.iainsalatiga.ac.id

19	Internet Source	1 %
20	academicjournal.yarsi.ac.id Internet Source	1 %
21	studentsrepo.um.edu.my Internet Source	1 %
22	Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya Student Paper	1 %
23	komite-kur.com Internet Source	1 %
24	repository.utu.ac.id Internet Source	<1 %
25	ejournal.unmuha.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Konsep Maqoshid Syariah dalam Sustainability Business Pasca Kenaikan Harga BBM pada CV. Sabiq Bejo

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15