

Perilaku Produsen dalam Perspektif Islam: Integrasi Maqashid al-Syari'ah dan Praktik Bisnis Halal Berkelanjutan

Fawaz Irfan Mubarak¹, Oki Khairul Hikmah², Rizka Rahmayani³

¹Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon, Indonesia

²STAI Nahdhatul Umam Cirebon, Indonesia

³STAI Kuningan, Indonesia

Email: workfaww@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze producer behavior from an Islamic perspective by integrating the principles of maqashid al-shari'ah with the demands of sustainable halal business practices. The study employs a qualitative approach using library research. Data were obtained from the Qur'an, Hadith, classical and contemporary Islamic economic literature, and relevant scholarly articles, and were analyzed using content analysis through the stages of identification, reduction, categorization, interpretation, and synthesis of concepts and previous research findings. The findings show that Islamic producer behavior goes beyond normative halal compliance and represents an integration of tawhid, khalifah, maqashid al-shari'ah, justice, trustworthiness, and ihsan throughout the production process. These principles are translated into concrete practices through halal and tayyib standards, supply-chain transparency and traceability, consumer and worker protection, social responsibility, and sustainable environmental management. The novelty of this study lies in developing a conceptual framework that positions producers simultaneously as economic, moral, and development agents, with maqashid al-shari'ah serving as the orientation for evaluating production behavior. This framework extends the understanding of Islamic producer behavior from a focus on sharia compliance toward a production model that integrates economic efficiency, social welfare, environmental sustainability, and spiritual objectives.

Keywords: *Producer Behavior, Islamic Economics, Maqashid Al-Shari'ah, Halal Industry, Sustainable Business.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis perilaku produsen dalam perspektif Islam dengan mengintegrasikan prinsip maqashid al-syari'ah dan tuntutan praktik bisnis halal berkelanjutan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *library research*. Data bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, literatur ekonomi Islam klasik dan kontemporer, serta artikel ilmiah yang relevan, kemudian dianalisis menggunakan *content analysis* melalui tahapan identifikasi, reduksi, pengelompokan, interpretasi, dan sintesis konsep serta temuan penelitian terdahulu. Hasil kajian menunjukkan bahwa perilaku produsen dalam Islam tidak berhenti pada kepatuhan halal secara normatif, tetapi merupakan integrasi antara tauhid, kekhalifahan, maqashid al-syari'ah, keadilan, amanah, dan ihsan dalam seluruh proses produksi. Integrasi tersebut diterjemahkan ke dalam perilaku konkret berupa pemenuhan standar halal dan *tayyib*, transparansi dan ketertelusuran rantai pasok, perlindungan konsumen dan pekerja, tanggung jawab sosial, serta pengelolaan lingkungan secara berkelanjutan. Novelty penelitian terletak pada pengembangan kerangka konseptual yang menempatkan produsen sekaligus sebagai agen ekonomi, agen moral, dan agen pembangunan dengan maqashid al-syari'ah sebagai orientasi evaluasi perilaku produksi. Kerangka ini memperluas pemahaman perilaku produsen Islam dari orientasi kepatuhan syariah menuju model produksi yang mengintegrasikan efisiensi ekonomi, kemaslahatan sosial, keberlanjutan lingkungan, dan tujuan spiritual.

Kata Kunci: Perilaku Produsen, Ekonomi Islam, Maqashid Al-Syariah, Industri Halal, Bisnis Berkelanjutan.

A. Pendahuluan

Dalam ekonomi konvensional, perilaku produsen umumnya didasarkan pada prinsip rasionalitas ekonomi yang menempatkan keuntungan (*profit maximization*) sebagai tujuan utama. Paradigma tersebut mendorong produsen untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya guna memperoleh keuntungan yang maksimal dengan biaya yang efisien. Meskipun demikian, orientasi keuntungan yang berlebihan sering kali memunculkan berbagai persoalan etis, seperti eksploitasi sumber daya, manipulasi kualitas produk, dan pengabaian tanggung jawab sosial.¹

Perspektif ekonomi Islam menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif terhadap perilaku produsen. Islam memandang aktivitas produksi sebagai bagian dari ibadah dan amanah yang harus dijalankan sesuai dengan prinsip syariah. Produksi tidak hanya ditujukan untuk memperoleh keuntungan material, tetapi juga untuk mewujudkan kemaslahatan (*maslahah*), keadilan (*'adl*), keberkahan (*barakah*), dan kesejahteraan masyarakat. Nilai-nilai tersebut menempatkan aktivitas ekonomi sebagai sarana untuk mencapai tujuan spiritual dan sosial secara seimbang.² Relevansi perspektif tersebut semakin kuat seiring perkembangan industri halal dan transformasi bisnis kontemporer. Konsep halal dalam praktik modern tidak lagi terbatas pada status hukum suatu produk, tetapi semakin berkaitan dengan kualitas (*tayyib*), keamanan, transparansi, ketertelusuran rantai pasok, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan lingkungan.³

Sejumlah penelitian terdahulu telah memberikan dasar penting bagi pemahaman tersebut. Nadila dkk. menjelaskan bahwa perilaku produsen harus berlandaskan prinsip-prinsip syariah yang tercermin dalam Al-Qur'an dan Hadis, terutama terkait larangan memproduksi barang yang membahayakan masyarakat atau bertentangan dengan ketentuan halal dan haram.⁴ Nurmasari dan Wahyudi menambahkan bahwa kesalehan, integritas, transparansi, dan orientasi jangka panjang merupakan unsur penting dalam perilaku produsen Islam.⁵ Sementara itu, Permatasari et al. menekankan kerja sama yang adil, hubungan saling menguntungkan, dan kemanfaatan sosial dalam aktivitas produksi. Temuan-temuan tersebut memiliki kesamaan dalam menempatkan etika dan kepatuhan syariah sebagai fondasi perilaku produsen.⁶

¹ Aep Syaeful, "Peran Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen," *Gema Ekonomi* 5, no. 1 (2026): 1–13.

² Marco Tieman, "Halal Supply Chain and Halal Value Chain Studies," 2025.

³ Hali et al. (2025). Konsep dan Implementasi Produksi Halal pada UMKM: Tinjauan Pustaka Ekonomi Syariah. *Ekonomi Keuangan Syariah Dan Akuntansi Pajak*, 2(4), 81–92.

⁴ Nadila, A Abubakar, and H Basri, "Analisis Konsep Perilaku Produsen Dalam Hukum Ekonomi Islam Perspektif Al-Qur'an," *Journal of Islamic Economic Law* 8, no. 2 (2023), <http://ejournal-iainpalopo.ac.id/alamwal>.

⁵ L T Nurmasari and A Wahyudi, "Penawaran Dan Perilaku Produsen Dalam Kerangka Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 9, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i01.1067>.

⁶ W Permatasari et al., "Perilaku Produsen Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi Islam*, 2021, <https://journal-mandiracendikia.com/jip-mc>.

Namun demikian, penelitian terdahulu masih menunjukkan keterbatasan dalam menghubungkan prinsip normatif tersebut dengan perubahan karakteristik produksi dalam bisnis kontemporer. Sebagian kajian lebih banyak menjelaskan perilaku produsen dari aspek etika, hukum halal, atau tujuan produksi secara terpisah, sedangkan aspek transparansi rantai pasok, ketertelusuran, perlindungan konsumen dan pekerja, tanggung jawab sosial, serta keberlanjutan lingkungan belum selalu ditempatkan dalam satu kerangka analisis yang terintegrasi. Kajian mengenai halal value chain dan halal supply chain memang telah memperluas perhatian pada transparansi dan keberlanjutan, tetapi belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana seluruh tuntutan tersebut dapat diturunkan secara sistematis dari prinsip maqashid al-syari'ah sebagai tujuan utama aktivitas ekonomi Islam.

Keterbatasan tersebut menghasilkan research gap yang bersifat konseptual. Masalahnya bukan karena prinsip perilaku produsen dalam Islam belum dibahas, tetapi karena masih terbatasnya kajian yang mensintesiskan prinsip normatif Islam dengan tuntutan perilaku produsen dalam bisnis halal modern ke dalam suatu kerangka yang sistematis. Dengan kata lain, penelitian terdahulu telah menjelaskan apa yang seharusnya menjadi prinsip perilaku produsen, sementara kajian yang menghubungkan prinsip tersebut dengan bagaimana produsen harus bertindak dalam menghadapi tuntutan transparansi, ketertelusuran, perlindungan stakeholder, dan keberlanjutan masih perlu diperkuat. Gap ini menjadi semakin penting dalam lingkungan bisnis yang ditandai dengan digitalisasi, globalisasi rantai pasok, peningkatan tuntutan konsumen, dan berkembangnya agenda keberlanjutan.

Penelitian ini mengisi gap tersebut melalui sintesis antara prinsip tauhid, kekhalifahan, maqashid al-syari'ah, keadilan, amanah, dan ihsan dengan praktik produksi modern. Maqashid al-syari'ah digunakan bukan sekadar sebagai konsep normatif, tetapi sebagai kerangka untuk menjelaskan konsekuensi perilaku produsen terhadap perlindungan agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Melalui kerangka tersebut, kepatuhan halal dapat dihubungkan dengan perlindungan agama; kualitas, keamanan, dan kesehatan produk dengan perlindungan jiwa; pencegahan produk yang merusak dengan perlindungan akal; keberlanjutan lingkungan dan perlindungan generasi mendatang dengan perlindungan keturunan; serta transparansi, kejujuran, dan perlindungan konsumen dengan perlindungan harta.

Novelty penelitian ini terletak pada pengembangan perspektif integratif yang menempatkan perilaku produsen Islam sebagai hubungan antara orientasi spiritual, tanggung jawab moral, tujuan kemaslahatan, dan tuntutan keberlanjutan bisnis. Dalam kerangka tersebut, produsen tidak hanya diposisikan sebagai *economic agent* yang mengejar keberlangsungan usaha, tetapi juga sebagai *moral agent* yang bertanggung jawab atas proses dan dampak

produksi serta sebagai *development agent* yang berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, perilaku produsen Islam tidak berhenti pada pertanyaan apakah suatu produk halal, tetapi berkembang menjadi pertanyaan mengenai apakah keseluruhan proses produksi adil, aman, transparan, bermanfaat, dan berkelanjutan. Posisi konseptual tersebut memperluas kajian perilaku produsen Islam dari orientasi kepatuhan menuju kerangka evaluasi yang lebih komprehensif.

Berdasarkan research gap dan novelty tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis perilaku produsen dalam perspektif Islam dengan mengidentifikasi prinsip-prinsip syariah yang mendasarinya, mensintesis prinsip tersebut dengan tuntutan bisnis halal dan produksi berkelanjutan, serta menjelaskan bagaimana *maqashid al-syari'ah* dapat menjadi kerangka konseptual untuk mengevaluasi perilaku produsen dalam konteks bisnis kontemporer. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan kajian ekonomi Islam, khususnya dalam menjelaskan hubungan antara perilaku produsen, *maqashid al-syari'ah*, etika bisnis, dan keberlanjutan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) untuk menganalisis perilaku produsen dalam perspektif ekonomi Islam. Data yang digunakan berupa data sekunder yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, kitab klasik, buku ekonomi Islam, artikel ilmiah nasional dan internasional bereputasi, serta dokumen relevan mengenai perilaku produsen, etika bisnis Islam, industri halal, dan tanggung jawab sosial.⁷ Penelusuran literatur dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan relevansi sumber terhadap konsep perilaku produsen dalam ekonomi Islam, *maqashid al-syari'ah*, etika bisnis Islam, halal dan *tayyib*, tanggung jawab sosial, keberlanjutan lingkungan, serta perkembangan bisnis halal kontemporer. Literatur yang tidak memiliki keterkaitan langsung dengan fokus penelitian tidak dijadikan sebagai sumber utama analisis.

Data dianalisis menggunakan teknik *content analysis* melalui pendekatan interpretatif dan sintesis konseptual. Analisis dilakukan melalui tahapan identifikasi konsep yang relevan, kategorisasi berdasarkan tema utama meliputi tauhid, khalifah, *maqashid al-syari'ah*, halal dan *tayyib*, keadilan, amanah, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan, kemudian interpretasi hubungan antarkonsep serta sintesis hasil kajian ke dalam kerangka konseptual. Tahapan tersebut digunakan untuk mengidentifikasi prinsip-prinsip syariah yang mendasari perilaku produsen dan menjelaskan keterkaitannya dengan tuntutan bisnis halal, produksi berkelanjutan, serta keseimbangan kepentingan ekonomi, sosial, lingkungan, dan spiritual.

⁷ John W Creswell and J David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 6th ed. (SAGE Publications, 2023).

C. Pembahasan

1. Konsep Perilaku Produsen dalam Islam

Perilaku produsen dalam Islam dapat dipahami sebagai keseluruhan tindakan, keputusan, dan pertimbangan produsen dalam menghasilkan barang atau jasa yang tidak hanya didasarkan pada kepentingan ekonomi, tetapi juga dibatasi dan diarahkan oleh nilai-nilai syariah.⁸ Dalam perspektif ini, keuntungan tetap merupakan bagian yang sah dari aktivitas produksi, tetapi bukan satu-satunya ukuran keberhasilan. Produksi harus dilakukan melalui cara yang halal, adil, aman, bermanfaat, dan tidak menimbulkan kerusakan bagi manusia maupun lingkungan. Dengan demikian, perbedaan mendasar antara perilaku produsen dalam ekonomi Islam dan pendekatan yang berorientasi pada maksimalisasi keuntungan terletak pada tujuan, batasan, dan pertanggungjawaban aktivitas produksi.

Landasan pertama perilaku produsen Islam adalah tauhid. Tauhid menempatkan Allah SWT sebagai pemilik hakiki seluruh sumber daya, sedangkan manusia berkedudukan sebagai khalifah yang menerima amanah untuk mengelolanya. Konsekuensinya, produsen tidak memiliki kebebasan absolut dalam menggunakan sumber daya maupun menentukan cara memperoleh keuntungan. Pemanfaatan sumber daya harus mempertimbangkan kemanfaatan dan menghindari tindakan yang merusak. Pemikiran Al-Ghazali mengenai aktivitas ekonomi sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan masyarakat dan pandangan Ibn Khaldun mengenai produktivitas yang harus dibangun di atas keadilan menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi dalam Islam sejak awal tidak dipisahkan dari tanggung jawab sosial.⁹

Dari perspektif tersebut, dapat disintesis bahwa kepemilikan dan kebebasan ekonomi dalam Islam bersifat bertanggung jawab. Produsen memang memiliki ruang untuk melakukan inovasi, memilih teknologi, mengembangkan produk, dan memperoleh keuntungan, tetapi seluruh keputusan tersebut harus berada dalam koridor syariah. Artinya, rasionalitas produsen Islam tidak dapat direduksi menjadi pertanyaan “bagaimana memperoleh keuntungan terbesar?”, melainkan berkembang menjadi “bagaimana memperoleh keuntungan secara halal sekaligus menghasilkan kemaslahatan?”. Perubahan orientasi ini menjadi karakter penting yang membedakan perilaku produsen Islam dari perilaku produsen yang semata-mata berorientasi pada kepentingan ekonomi.

⁸ Khairudin, K., & Suryadi, N. (2025). *Revitalizing Producer Behavior From A Sharia Economic Perspective: An Analysis of Ethics, Objectives, and Market Balance*. Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah, 6(2), 125–135.

⁹ Kusjuniati, K. (2020). “Kesejahteraan Sosial Islami” Sebuah Pemikiran Ekonomi Islam Imam Al-Ghazali. *Widya Balina*, 4(2).

Konsep tersebut semakin jelas apabila dianalisis melalui *maqashid al-syari'ah*. Tujuan produksi dalam Islam pada dasarnya diarahkan pada terwujudnya kemaslahatan dan perlindungan terhadap lima kebutuhan fundamental manusia, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.¹⁰ Oleh karena itu, keputusan produksi tidak cukup dinilai berdasarkan efisiensi biaya dan besarnya keuntungan, tetapi juga berdasarkan dampaknya terhadap kelima tujuan tersebut. Produk yang halal dan tidak bertentangan dengan nilai agama berkaitan dengan *hifz al-din*; produk yang aman dan tidak membahayakan kesehatan berkaitan dengan *hifz al-nafs*; pencegahan produksi barang yang merusak akal berkaitan dengan *hifz al-'aql*; perlindungan lingkungan dan kepentingan generasi mendatang berkaitan dengan *hifz al-nasl*; sedangkan kejujuran dalam transaksi dan perlindungan hak ekonomi berkaitan dengan *hifz al-mal*.

Sintesis tersebut menunjukkan bahwa *maqashid al-syari'ah* berfungsi sebagai orientasi evaluatif perilaku produsen, bukan sekadar tujuan normatif yang berdiri sendiri. Kerangka ini memungkinkan penilaian terhadap keputusan produksi secara lebih menyeluruh. Sebagai contoh, penggunaan bahan baku yang murah tetapi membahayakan konsumen mungkin meningkatkan efisiensi ekonomi dalam jangka pendek, tetapi bertentangan dengan perlindungan jiwa. Demikian pula, eksploitasi sumber daya alam yang meningkatkan keuntungan perusahaan tetapi menimbulkan kerusakan lingkungan tidak dapat dipandang sebagai keberhasilan produksi yang utuh. Dengan demikian, efisiensi ekonomi dalam Islam harus ditempatkan dalam batas kemaslahatan dan tanggung jawab.

Perilaku produsen Islam dapat dipahami melalui tiga orientasi yang saling berkaitan, yaitu orientasi ekonomi untuk menghasilkan barang atau jasa secara produktif dan menjaga keberlangsungan usaha; orientasi moral-sosial untuk menjunjung keadilan, amanah, serta melindungi hak konsumen, pekerja, dan masyarakat; serta orientasi *maqashid* untuk memastikan produksi berkontribusi pada kemaslahatan dan tidak bertentangan dengan tujuan dasar syariah. Ketiganya menempatkan keuntungan dan kemaslahatan dalam hubungan yang seimbang melalui penerapan prinsip *halal* dan *tayyib*. *Halal* menetapkan batas normatif produk dan proses ekonomi, sedangkan *tayyib* menekankan kualitas, keamanan, kebersihan, dan kemanfaatan, yang perlu diterapkan sejak pemilihan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, distribusi, hingga penyampaian informasi kepada konsumen.

¹⁰ Zahra, R. A., Agraeni, N., Hendriana, S. N., & Marlina, L. (2025). *Produksi dalam Ekonomi Islam: Antara Kebutuhan dan Tanggung Jawab Sosial*. Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah, 2(4).

Dalam konteks bisnis kontemporer, sintesis tersebut memiliki konsekuensi yang lebih luas. Perkembangan rantai pasok global, digitalisasi, dan meningkatnya tuntutan konsumen terhadap transparansi membuat perilaku produsen semakin sulit dipisahkan dari tanggung jawab terhadap seluruh proses produksi.¹¹ Produsen tidak hanya perlu memastikan bahwa produk akhirnya halal, tetapi juga perlu memastikan integritas bahan baku, proses produksi, ketertelusuran, kualitas informasi, serta dampak sosial dan lingkungan. Dengan demikian, prinsip halal dan *tayyib* dapat dipahami sebagai jembatan antara kepatuhan syariah dan tuntutan tata kelola produksi modern.

Berdasarkan keseluruhan analisis tersebut, perilaku produsen dalam Islam dapat dirumuskan sebagai perilaku ekonomi yang mengejar keberlangsungan usaha melalui cara yang halal dengan tetap diarahkan pada keadilan, kemanfaatan, dan pencapaian maqashid al-syari'ah. Produsen dalam kerangka ini tidak hanya berperan sebagai *economic agent*, tetapi juga sebagai *moral agent* yang bertanggung jawab atas proses produksi dan sebagai *development agent* yang berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, ukuran keberhasilan produsen Islam tidak berhenti pada laba, produktivitas, atau pertumbuhan pasar, tetapi mencakup sejauh mana aktivitas produksinya mampu menciptakan nilai ekonomi sekaligus menjaga manusia, masyarakat, lingkungan, dan nilai-nilai spiritual.

Sintesis ini menjadi dasar konseptual bagi pembahasan berikutnya mengenai prinsip halal dan *tayyib*, keadilan, amanah, serta tanggung jawab sosial. Dengan kerangka tersebut, prinsip-prinsip perilaku produsen tidak diposisikan sebagai kumpulan norma yang terpisah, tetapi sebagai satu kesatuan yang menghubungkan tauhid sebagai landasan, khalifah sebagai bentuk tanggung jawab, maqashid al-syari'ah sebagai orientasi tujuan, dan etika sebagai pedoman perilaku produksi.

2. Prinsip-Prinsip Perilaku Produsen dalam Perspektif Islam

Pertama, Prinsip Halal dan Tayyib. Prinsip halal dan *tayyib* merupakan fondasi utama perilaku produsen dalam Islam. Halal menunjukkan kesesuaian suatu produk dan proses produksi dengan ketentuan syariah, sedangkan *tayyib* menekankan aspek kebaikan, keamanan, kebersihan, kualitas, dan kemanfaatan produk.¹² Hubungan kedua prinsip tersebut menghasilkan konsekuensi langsung terhadap perilaku produsen. Pada tahap pemilihan bahan baku, prinsip halal menuntut produsen memastikan bahwa bahan yang digunakan berasal dari sumber yang dibolehkan syariah, sedangkan prinsip *tayyib*

¹¹ An, J., Li, S., & Qiao, J. (2025). *How does supply chain digitalization affect supply chain transparency? The roles of supply chain collaboration and cross-organizational governance.*

¹² Malik et al., "Produksi Halal Dan Standar Syariah Dalam Industri."

menuntut bahan tersebut memenuhi standar keamanan, kebersihan, kualitas, dan tidak membahayakan konsumen. Artinya, produsen tidak cukup hanya memastikan bahwa bahan baku berstatus halal, tetapi juga perlu mempertimbangkan kualitas dan potensi dampaknya terhadap kesehatan. Dengan pendekatan ini, kepatuhan halal menjadi titik awal, sedangkan *tayyib* memperluas tanggung jawab produsen terhadap kualitas substantif produk.

Pada tahap proses produksi, prinsip halal mengharuskan produsen menjaga agar proses pengolahan tidak mengandung unsur yang dilarang dan tidak terjadi kontaminasi dengan bahan yang tidak halal. Sementara itu, *Tayyib* menuntut penerapan proses yang higienis, aman, terkendali, dan menghasilkan produk yang layak dikonsumsi atau digunakan. Oleh karena itu, perilaku produsen yang sesuai dengan prinsip halal-*tayyib* tercermin dalam pengendalian bahan, kebersihan fasilitas, pemisahan bahan halal dari bahan yang tidak halal, pengendalian mutu, serta pencegahan penggunaan bahan atau proses yang dapat membahayakan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip halal tidak berhenti pada status akhir produk, tetapi harus dijaga sepanjang proses produksi.

Pada tahap penyimpanan, distribusi, dan pemasaran, prinsip halal-*tayyib* juga menuntut konsistensi. Integritas halal harus dipertahankan sepanjang rantai pasok agar status produk tidak berubah akibat pencampuran, kontaminasi, atau penanganan yang tidak sesuai. Dalam konteks ini, ketertelusuran (*traceability*) menjadi instrumen penting karena memungkinkan produsen mengidentifikasi asal bahan, tahapan produksi, hingga distribusi produk. Penelitian Tieman menunjukkan bahwa transparansi rantai pasok halal memiliki peran penting dalam menjaga integritas halal dan membangun kepercayaan konsumen.

Prinsip *tayyib* selanjutnya memperluas tanggung jawab produsen pada aspek informasi dan transparansi produk. Produsen tidak seharusnya memberikan informasi yang menyesatkan mengenai komposisi, kualitas, keamanan, manfaat, atau status halal produk. Informasi yang akurat memungkinkan konsumen mengambil keputusan secara rasional dan melindungi hak konsumen. Dengan demikian, *tayyib* tidak hanya berkaitan dengan karakteristik fisik produk, tetapi juga dengan kualitas informasi yang menyertai produk tersebut. Produk yang secara material halal tetapi dipasarkan melalui informasi yang menyesatkan belum sepenuhnya mencerminkan perilaku produsen yang sesuai dengan nilai amanah dan kemaslahatan.

Hubungan halal dan *tayyib* juga memiliki dimensi sosial dan lingkungan. Produk yang halal secara hukum tetapi dihasilkan melalui proses yang merusak lingkungan, mengeksploitasi pekerja, atau menimbulkan risiko serius bagi masyarakat perlu dikaji

kembali dari perspektif *tayyib* dan kemaslahatan. Dalam kerangka ini, *tayyib* berfungsi memperluas evaluasi perilaku produsen dari sekadar kepatuhan hukum menuju pertimbangan mengenai dampak produksi. Produsen dituntut mempertimbangkan apakah aktivitas produksinya memberikan manfaat dan menghindari mudarat bagi konsumen, pekerja, masyarakat, dan lingkungan.

Kerangka tersebut menunjukkan bahwa perilaku produsen dalam Islam tidak cukup dinilai dari pertanyaan “apakah produk tersebut halal?”, tetapi juga dari “apakah produk tersebut baik, aman, berkualitas, transparan, bermanfaat, dan tidak menimbulkan mudarat?”. Pergeseran dari sekadar *halal compliance* menuju integrasi *halal-tayyib* menjadikan perilaku produsen lebih komprehensif karena mencakup aspek hukum, etika, kualitas, sosial, dan keberlanjutan.

Dalam konteks industri halal modern, prinsip halal dan *tayyib* dengan demikian dapat menjadi mekanisme yang menghubungkan nilai-nilai syariah dengan praktik tata kelola produksi. Sertifikasi halal memberikan jaminan kepatuhan terhadap persyaratan syariah, sedangkan penerapan prinsip *tayyib* mendorong produsen untuk menjaga kualitas, keamanan, transparansi, dan kemanfaatan produk secara berkelanjutan. Integrasi keduanya pada akhirnya memperkuat kepercayaan konsumen dan mendukung daya saing industri halal, sekaligus memastikan bahwa aktivitas produksi tetap berorientasi pada kemaslahatan sebagaimana dikehendaki dalam ekonomi Islam.

Kedua, Keadilan (Al-'Adl). Keadilan merupakan prinsip fundamental dalam sistem ekonomi Islam. Allah SWT memerintahkan manusia untuk menegakkan keadilan dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas produksi. Keadilan harus tercermin dalam hubungan produsen dengan tenaga kerja, konsumen, pemasok, masyarakat, dan lingkungan.¹³ Menurut Ibn Taymiyyah dalam *Al-Hisbah fi al-Islam*, keadilan merupakan fondasi utama kehidupan ekonomi. Pasar yang sehat hanya dapat tercipta apabila seluruh pelaku ekonomi menjalankan aktivitasnya secara adil dan jujur. Ketidakadilan akan menimbulkan eksploitasi, ketimpangan distribusi pendapatan, dan kerusakan sosial yang pada akhirnya menghambat pertumbuhan ekonomi.¹⁴

Keadilan dalam konteks produksi diwujudkan melalui pemberian upah yang layak kepada pekerja, perlindungan hak-hak konsumen, penggunaan bahan baku yang tidak merugikan masyarakat, serta penetapan harga yang wajar. Rasulullah SAW bersabda: "*Berikanlah upah pekerja sebelum kering keringatnya.*" (HR. Ibn Majah). Hadis tersebut

¹³ M D Fitri et al., “Prinsip Produksi Berkeadilan Dalam Ekonomi Islam: Pengaruhnya Terhadap Keberlanjutan Bisnis Di Era Modern,” *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 4, no. 4 (2025): 5019–25, <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4256>.

¹⁴ Ibn Taymiyyah, *Al-Hisbah Fi Al-Islam* (Cairo: Dar al-Salam, 2001).

menunjukkan bahwa Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesejahteraan pekerja. Keadilan dalam produksi tidak hanya berorientasi pada hasil akhir, tetapi juga mencakup proses yang berlangsung selama kegiatan produksi.¹⁵ Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa perusahaan yang memperhatikan kesejahteraan pekerja memiliki tingkat produktivitas yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang menerapkan pola kerja eksploitatif. Hal ini membuktikan bahwa keadilan tidak hanya memiliki dimensi moral, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi yang nyata.¹⁶

Ketiga, Amanah dan Kejujuran. Amanah dan kejujuran merupakan nilai yang sangat penting dalam aktivitas produksi. Rasulullah SAW menempatkan pelaku usaha yang jujur dan amanah pada kedudukan yang sangat tinggi sebagaimana disebutkan dalam hadis riwayat Tirmidzi bahwa pedagang yang jujur akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada. Kejujuran dalam aktivitas produksi tercermin dalam kesesuaian antara informasi yang diberikan dan kondisi sebenarnya dari produk yang dihasilkan. Produsen wajib menjelaskan kualitas, kuantitas, komposisi, manfaat, serta risiko penggunaan produk secara transparan. Praktik manipulasi kualitas, pengurangan takaran, dan menyembunyikan cacat produk merupakan tindakan yang bertentangan dengan prinsip syariah.¹⁷

Amanah berkaitan dengan kemampuan produsen menjaga kepercayaan yang diberikan oleh konsumen. Dalam konteks modern, amanah dapat diwujudkan melalui transparansi perusahaan, kepatuhan terhadap regulasi, perlindungan konsumen, dan konsistensi dalam menjaga mutu produk. Kepercayaan yang dibangun melalui amanah dan kejujuran akan menciptakan loyalitas pelanggan dan memperkuat keberlanjutan usaha.

Keempat, Tanggung Jawab Sosial. Dalam perspektif ekonomi Islam, produsen tidak hanya bertanggung jawab menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan. Konsep ini berakar pada prinsip kekhalifahan yang menempatkan manusia sebagai penjaga keseimbangan kehidupan di muka bumi. Al-Syatibi menjelaskan bahwa tujuan utama syariah adalah mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kerusakan. Oleh karena itu, aktivitas produksi harus memberikan manfaat bagi masyarakat dan tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan.¹⁸ Tanggung jawab sosial dalam praktik bisnis modern dapat

¹⁵ Al-Mawardi, *Al-Ahkam Al-Sulthaniyyah* (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2006).

¹⁶ Hassan, Rabbani, and Ali, "Sustainability and Islamic Business Ethics: Integrating Moral Values into Corporate Governance."

¹⁷ Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics* (Herndon: International Institute of Islamic Thought, 1997).

¹⁸ Al-Syatibi, *Al-Muwafaqat Fi Ushul Al-Shari'ah*.

diwujudkan melalui penciptaan lapangan kerja, pemberian upah yang layak, perlindungan hak-hak pekerja, pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat, serta penerapan prinsip produksi berkelanjutan. Konsep ini memiliki kesesuaian dengan praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Environmental, Social, and Governance* (ESG) yang berkembang dalam dunia bisnis global.¹⁹

3. Sintesis Perilaku Produsen Berdasarkan Maqashid al-Syari'ah

Berdasarkan hasil analisis literatur, perilaku produsen dalam perspektif Islam dapat dipahami sebagai suatu sistem perilaku yang mengintegrasikan orientasi spiritual, tanggung jawab moral, tujuan kemaslahatan, dan keberlanjutan aktivitas produksi. Sintesis penelitian menunjukkan bahwa perilaku produsen tidak cukup dinilai berdasarkan kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi perlu dievaluasi berdasarkan kesesuaian proses dan hasil produksi dengan prinsip syariah serta kontribusinya terhadap kemaslahatan manusia dan lingkungan. Dalam kerangka ini, tauhid menjadi landasan nilai, konsep khalifah menjadi dasar tanggung jawab pengelolaan sumber daya, maqashid al-syari'ah menjadi orientasi tujuan, sedangkan keadilan, amanah, dan ihsan menjadi prinsip perilaku dalam pelaksanaan aktivitas produksi.

Sintesis tersebut menghasilkan kerangka konseptual yang menempatkan maqashid al-syari'ah sebagai orientasi utama perilaku produsen, sementara prinsip tauhid dan khalifah berfungsi sebagai fondasi, dan keadilan, amanah, halal-*tayyib*, serta ihsan menjadi prinsip operasional dalam proses produksi. Dengan struktur tersebut, perilaku produsen Islam dapat diterjemahkan ke dalam praktik bisnis yang lebih konkret, seperti pemenuhan standar halal dan kualitas produk, perlindungan konsumen dan pekerja, transparansi informasi, ketertelusuran rantai pasok, pengelolaan sumber daya secara bertanggung jawab, serta pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan.

Tabel 1. Kerangka Konseptual Perilaku Produsen Berbasis Maqashid al Syari'ah

Dimensi Konseptual	Prinsip Islam	Orientasi Maqashid	Manifestasi Perilaku Produsen	Hasil yang Diharapkan
Landasan spiritual	Tauhid	<i>Hifz al-din</i>	Memastikan proses produksi dan produk sesuai dengan ketentuan syariah	Integritas dan kepatuhan syariah
Tanggung jawab pengelolaan	Khalifah	<i>Hifz al-nasl</i> dan <i>hifz al-nafs</i>	Menggunakan sumber daya secara bertanggung jawab dan mencegah kerusakan lingkungan	Keberlanjutan sumber daya dan perlindungan kehidupan
Kualitas dan keamanan	Halal dan <i>tayyib</i>	<i>Hifz al-din</i> dan <i>hifz al-nafs</i>	Menjamin kehalalan, keamanan, kebersihan, kualitas, dan kemanfaatan produk	Produk yang halal, aman, dan bermanfaat

¹⁹ N Agraeni et al., "Produksi Dalam Ekonomi Islam: Antara Kebutuhan Dan Tanggung Jawab Sosial," *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah* 2, no. 4 (2025): 35–41, <https://doi.org/10.61132/jpaes.v2i4.1581>.

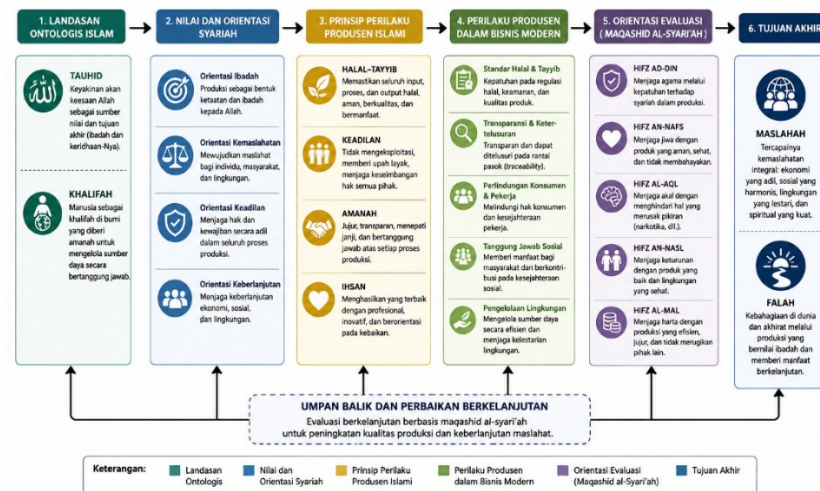
Keadilan	Al-'adl	<i>Hifz al-nafs</i> dan <i>hifz al-mal</i>	Memberikan hak yang layak kepada pekerja, konsumen, pemasok, dan pemangku kepentingan	Hubungan ekonomi yang adil
Integritas	Amanah dan kejujuran	<i>Hifz al-mal</i>	Menyediakan informasi produk secara benar, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan	Kepercayaan dan perlindungan kepentingan ekonomi
Keunggulan	Ihsan	Seluruh dimensi maqashid	Meningkatkan kualitas, efisiensi, pelayanan, dan manfaat produk secara berkelanjutan	Nilai tambah dan kemaslahatan
Tanggung jawab sosial dan lingkungan	Maslahah dan pencegahan <i>fasad</i>	<i>Hifz al-nafs</i> , <i>hifz al-nasl</i> , dan <i>hifz al-mal</i>	Mengurangi dampak lingkungan, memberdayakan masyarakat, dan menjaga keberlanjutan usaha	Kesejahteraan sosial dan keberlanjutan

Sumber: Sintesis penulis berdasarkan hasil kajian literatur.

Kerangka tersebut menunjukkan bahwa maqashid al-syari'ah berfungsi sebagai mekanisme penghubung antara nilai normatif Islam dan perilaku produksi yang dapat diamati dalam konteks bisnis modern. Hubungan tersebut dapat dijelaskan melalui lima tujuan utama maqashid. *Pertama*, *hifz al-din* mengarahkan produsen untuk menjaga kepatuhan terhadap prinsip halal serta menghindari aktivitas produksi yang bertentangan dengan syariah. *Kedua*, *hifz al-nafs* mengharuskan produsen memperhatikan keamanan, kesehatan, dan keselamatan konsumen maupun pekerja. Prinsip ini memberikan dasar bagi penerapan konsep *tayyib*, pengendalian kualitas, penggunaan bahan yang aman, serta penciptaan lingkungan kerja yang layak.

Ketiga, *hifz al-'aql* mengarahkan produsen untuk menghindari produksi dan pemasaran barang yang dapat merusak akal, moral, dan kemampuan manusia dalam mengambil keputusan secara sehat. *Keempat*, *hifz al-nasl* menempatkan keberlanjutan kehidupan dan kepentingan generasi mendatang sebagai bagian dari tanggung jawab produksi. Implikasinya, produsen perlu mempertimbangkan penggunaan sumber daya alam, dampak pencemaran, pengelolaan limbah, serta keberlanjutan lingkungan. Kelima, *hifz al-mal* mengarahkan produsen untuk melindungi hak dan kepentingan ekonomi seluruh pihak yang terlibat dalam aktivitas produksi. Prinsip ini tercermin dalam kejujuran transaksi, transparansi harga dan informasi, pemenuhan hak pekerja, perlindungan konsumen, serta pencegahan penipuan dan manipulasi.

Berdasarkan hubungan tersebut, penelitian ini menghasilkan model konseptual bahwa perilaku produsen Islam dibentuk oleh fondasi tauhid dan khalifah, dioperasionalkan melalui halal-*tayyib*, keadilan, amanah, dan ihsan, serta diarahkan oleh maqashid al-syari'ah menuju kemaslahatan ekonomi, sosial, lingkungan, dan spiritual. Model tersebut dapat diringkas sebagai berikut:

Gambar 1. Model Konseptual Perilaku Produsen Berbasis Maqashid al-Syari'ah

Model tersebut memperlihatkan bahwa maqashid al-syari'ah bukan sekadar tujuan normatif yang ditempatkan pada akhir aktivitas produksi, tetapi berfungsi sebagai kerangka evaluasi perilaku produsen. Artinya, suatu aktivitas produksi dapat dinilai semakin sesuai dengan perspektif Islam apabila semakin mampu mengintegrasikan kepatuhan syariah, kualitas dan keamanan produk, keadilan terhadap pemangku kepentingan, transparansi, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan lingkungan.

Sintesis ini sekaligus memperluas posisi produsen dalam ekonomi Islam. Produsen tidak hanya berperan sebagai *economic agent* yang mengalokasikan sumber daya untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga sebagai *moral agent* yang bertanggung jawab atas cara keuntungan diperoleh dan sebagai *development agent* yang memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan produksi dalam perspektif Islam tidak dapat direduksi menjadi pencapaian finansial, tetapi harus dilihat dari kemampuan aktivitas produksi untuk menciptakan keseimbangan antara efisiensi ekonomi, keadilan sosial, keberlanjutan ekologis, dan tujuan spiritual. Perspektif tersebut memperkuat posisi maqashid al-syari'ah sebagai kerangka konseptual yang dapat menjembatani nilai-nilai ekonomi Islam dengan tuntutan bisnis modern.

D. Kesimpulan

Perilaku produsen dalam perspektif Islam merupakan aktivitas ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga diarahkan untuk mewujudkan kemaslahatan, keadilan, dan keberkahan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Konsep ini dibangun atas landasan tauhid, kekhalifahan, maqashid al-syari'ah, serta nilai-nilai halal dan tayyib, amanah, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Berbeda dengan paradigma produksi konvensional yang cenderung menekankan maksimalisasi laba, ekonomi Islam memandang aktivitas produksi sebagai bagian dari ibadah yang harus memberikan manfaat bagi individu,

masyarakat, dan lingkungan secara berkelanjutan. Dengan demikian, keberhasilan produsen tidak hanya diukur dari aspek finansial, tetapi juga dari kontribusinya dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan spiritual.

Prinsip-prinsip perilaku produsen dalam Islam tetap relevan untuk menjawab berbagai tantangan industri modern, terutama terkait transparansi, integritas produk halal, perlindungan konsumen, kesejahteraan pekerja, dan keberlanjutan lingkungan. Kajian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai ekonomi Islam dapat menjadi landasan bagi pengembangan sistem produksi yang lebih etis, adil, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama. Oleh karena itu, diperlukan komitmen yang kuat dari produsen, regulator, dan seluruh pemangku kepentingan untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah secara konsisten dalam aktivitas produksi sehingga tujuan kemaslahatan dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dapat terwujud secara optimal.

Referensi

- Agraeni, N., Nabila, S. H. N., Aulia, R. Z., & Marlina, L. (2025). Produksi dalam ekonomi Islam: Antara kebutuhan dan tanggung jawab sosial. *Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah*, 2(4), 35–41. <https://doi.org/10.61132/jpaes.v2i4.1581>
- Al-Ghazali. (2011). *Ihya' ulum al-din*. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-Mawardi. (2006). *Al-ahkam al-sulthaniyyah*. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-Qurthubi. (2003). *Al-jami' li ahkam al-Qur'an*. Mu'assasah al-Risalah.
- Al-Syatibi, A. I. (2004). *Al-muwafaqat fi ushul al-shari'ah*. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- An, J., Li, S., & Qiao, J. (2025). How does supply chain digitalization affect supply chain transparency? The roles of supply chain collaboration and cross-organizational governance. *Business Process Management Journal*, 31(4), 1294–1324. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-11-2024-1071>
- Aydin, N. (2023). Islamic economics and human well-being: A maqasid-based perspective. *Islamic Economic Studies*, 31(2), 1–18.
- Beekun, R. I. (1997). *Islamic business ethics*. International Institute of Islamic Thought.
- Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. The Islamic Foundation.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Fitri, M. D., Iska, S., Hidayati, A., & Marlion, F. A. (2025). Prinsip produksi berkeadilan dalam ekonomi Islam: Pengaruhnya terhadap keberlanjutan bisnis di era modern. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 5019–5025. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4256>
- Hali, M. A. S., Prasetyo, G. K., & Marlina, L. (2025). Konsep dan implementasi produksi halal pada UMKM: Tinjauan pustaka ekonomi syariah. *Ekonomi Keuangan Syariah dan Akuntansi Pajak*, 2(4), 81–92.
- Hassan, M. K., Rabbani, M. R., & Ali, M. A. (2024). Sustainability and Islamic business ethics: Integrating moral values into corporate governance. *Sustainability*, 16(4), 1882–1901.
- Jan, M. T., Ji, S., & Yeo, C. (2023). Corporate transparency, trust, and Islamic business practices. *Journal of Islamic Marketing*, 14(7), 1690–1708.
- Kahf, M. (1992). *The theory of production in Islamic economics*. Islamic Research and Training Institute.

- Khairudin, K., & Suryadi, N. (2025). Revitalizing producer behavior from a sharia economic perspective: An analysis of ethics, objectives, and market balance. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 6(2), 125–135.
- Khaldun, I. (2005). *Al-muqaddimah*. Dar al-Fikr.
- Kusjuniati, K. (2020). “Kesejahteraan sosial Islami”: Sebuah pemikiran ekonomi Islam Imam Al-Ghazali. *Widya Balina*, 4(2). <https://doi.org/10.53958/wb.v4i2.35>
- Malik, A., Romadhon, M. F., Putri, N. C., & Pratama, R. A. (2025). Produksi halal dan standar syariah dalam industri. *Al-A' Mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2.
- Maulida, N., & Femilivia, S. A. (2024). Etika bisnis Islam: Implementasi prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam ekonomi syariah. *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 96–113. <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>
- Mutadi, M., Jaelani, A., & Wartoyo, W. (2025). Pemikiran ekonomi Islam tentang konsep produksi. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(5). <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i5>
- Nadila, A., Abubakar, A., & Basri, H. (2023). Analisis konsep perilaku produsen dalam hukum ekonomi Islam perspektif Al-Qur'an. *Journal of Islamic Economic Law*, 8(2). <http://ejournal-iaainpalopo.ac.id/alamwal>
- Nurmasari, L. T., & Wahyudi, A. (2024). Penawaran dan perilaku produsen dalam kerangka ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(1). <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i01.1067>
- Permatasari, W., Sofyan, I. F., Silondae, P. A., Alwi, A., & Masse, R. A. (2021). Perilaku produsen dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi Islam*. <https://journal-mandiracendikia.com/jip-mc>
- Siddiqi, M. N. (2001). *Role of the state in the economy: An Islamic perspective*. The Islamic Foundation.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Syaeful, A. (2026). Peran etika bisnis Islam dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. *Gema Ekonomi*, 5(1), 1–13.
- Takdir, T., & Harfika, H. (2019). Teori perilaku produsen dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional (studi perbandingan). *Journal of Institution and Sharia Finance*, 2.
- Taymiyyah, I. (2001). *Al-hisbah fi al-Islam*. Dar al-Salam.
- Tieman, M. (2023). Future directions of halal supply chain management. *Journal of Islamic Marketing*, 14(3), 712–729.
- Tieman, M. (2025). *Halal supply chain and halal value chain studies*.
- Zahra, R. A., Agraeni, N., Hendriana, S. N., & Marlina, L. (2025). Produksi dalam ekonomi Islam: Antara kebutuhan dan tanggung jawab sosial. *Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah*, 2(4).