

Analisis *Quality Control* Transaksi Jual Beli Biji Kopi dalam Perspektif Hukum Islam

Aramida

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

aramida13@gmail.com

ABSTRACT

Quality control is very important applied in business to maintain quality and quantity. In the community, trades are often carried out for convenience without knowing whether the trade, in terms of physical control or quality, is in accordance with predetermined standards. In practice, the physical sale and purchase of coffee beans does not know the object being traded in terms of shape, quality, taste and price so that control is needed in order to detect fraud (tadlis) that was carried out. This research uses descriptive analysis method which aims to analyze and solve problems that occur in the present based on the images seen and heard from the results of research both in the field or theories in the form of data and books related to the topic of discussion. Furthermore, the results show that: 1) The quality control system used includes field supervisors (Internal Control Systems) and technology supervisors, 2) Mixing of products (tadlis) carried out by collectors greatly affects the selling price of farmers, because it reduces quality and satisfaction. customers, 3) In the perspective of Islamic law, trading coffee beans through three marketing networks does not have a problem when viewed from the object of the contract and the principles of the contract.

Keywords: *quality control, transactions, buying and selling, tadlis, islamic law*

ABSTRAK

Quality control sangat penting diterapkan dalam bisnis untuk mempertahankan kualitas dan kuantitas. Di masyarakat sering terjadi perdagangan yang dilakukan untuk memperoleh kemudahan tanpa mengetahui apakah perdagangan tersebut dalam hal pengawasan fisik maupun kualitas sudah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Prakteknya pada jual beli biji kopi secara fisik tidak mengetahui obyek yang diperjualbelikan dalam hal bentuk, kualitas, cita rasa dan harga sehingga sangat dibutuhkan pengontrolan guna untuk mengetahui kecurangan (tadlis) yang dilakukan. Adapun penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis yang bertujuan untuk menganalisa dan memecahkan masalah yang terjadi pada masa sekarang berdasarkan gambar yang dilihat dan didengar dari hasil penelitian baik dilapangan atau teori-teori berupa data-data dan buku-buku yang berkaitan dengan topik pembahasan. Selanjutnya hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Sistem quality control yang digunakan mencakup pengawas lapangan (Internal Control Sistem) dan pengawas teknologi, 2) Percampuran produk (tadlis) yang dilakukan oleh pihak pengumpul sangat berpengaruh pada harga jual beli petani, dikarenakan mengurangi kualitas dan kepuasan pelanggan, 3) Dalam perspektif hukum Islam perdagangan biji kopi melalui tiga jaringan pemasaran tidak terdapat masalah jika dilihat dari objek akad dan asas-asas akad.

Kata Kunci : *quality control, transaksi, jual beli, tadlis, hukum islam*

PENDAHULUAN

Kopi sebagai objek dagang saat ini yang telah menjadi primadona di perdagangan internasional dan sudah dianggap oleh masyarakat sebagai salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi dan juga membantu perkembangan perekonomian negara. Kopi berpengaruh besar terhadap pergerakan pasar, maka dari itu terciptalah jual beli kopi kemudian beralih ke biji kopi. Adapun kopi sebagai objek transaksi jual beli memiliki beberapa ketentuan untuk dipasarkan, terutama dalam hal kualitas.

Pengawasan mutu (*quality control*)¹ dalam usaha jual beli biji kopi sangat penting diterapkan dalam persediaan produk kopi. Agar dapat memenuhi harapan serta memberi kepuasan kepada para pelanggan dalam hal penyediaan produk kopi dengan cara menghasilkan produk kopi terbaik dan bermutu. Mutu sebagai suatu faktor keunggulan yang kompetitif dalam hal persaingan bisnis yang bertujuan untuk menguasai pangsa pasar. Dalam pencapaian mutu biji kopi maka harus lebih memperhatikan teknik budidaya teknologi kopi, pengolahan maupun penyimpanan. Kenyatannya, saat

ini banyak terjadi sistem dalam pengumpulan biji kopi yang tidak sesuai dengan Norma dan kaidah Islam. Di mana, sistem tersebut juga berdampak negatif pada kualitas produk kopi. Dalam hal penyempurnaan pencapaian tujuan produk, maka terdapat beberapa kebijakan dalam suatu perusahaan yang sedang beroperasi seperti membuat perencanaan, melaksanakan dan melakukan pengawasan pada usaha jual beli biji kopi secara efektif.²

Usaha jual beli biji kopi oleh koperasi harus dipertanggungjawabkan dengan baik, oleh karena itu dibutuhkan pengawasan yang meliputi pengawasan produk. Adapun proses pengawasan produk terjadi dimulai dengan masuknya kopi dari petani kepada kolektor, kemudian kolektor mengolah biji kopi dengan memperhatikan mutu fisik yang diharapkan dan menjualnya kembali kepada koperasi.

Berdasarkan hal tersebut, maka total *quality control* memiliki peranan penting dalam menunjang kelancaran operasi koperasi sehari-hari di mana Koperasi sebagai lembaga yang secara terus-menerus (*continuous process*) memproduksi kopi. Dengan demikian

¹Murdifin Haming & Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa Buku 2*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm.105.

²Murdifin Haming & Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa Buku 2*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 102-103

kualitas produk kopi merupakan suatu bentuk komunikasi secara langsung bagi produsen dan konsumen untuk mengukur sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan. Oleh karena itu dengan memiliki produk yang berkualitas akan mendorong pelanggan untuk tetap membeli dan mengonsumsi produk tersebut, karena mereka dapat merasakan kepuasan terhadap produk yang dibelinya dan tentu saja bertambah rasa percaya terhadap produk yang dibelinya.³

Koperasi Baitul Qiradh Baburayyan (KBQB) yang terletak di Aceh tengah merupakan sebuah lembaga yang bergerak di bidang manufaktur dengan kegiatan usahanya memperdagangkan biji kopi yang sudah mencapai tingkat internasional dengan memberlakukan tiga jaringan pemasaran yang mencakup; petani, pengumpul dan koperasi. Serta membina sejumlah petani sebagai penghasil kopi dengan mutu organik terbaik. Adapun mekanisme yang terjadi terhadap tiga jaringan pemasaran, yaitu petani sebagai penghasil awal produk kopi yang terus menerus diawasi oleh pihak koperasi yang bertanggung jawab dalam hal kualitas organik serta diberikan peralatan dan pelajaran untuk menjamin kualitas. Kemudian kopi beralih kepada

kolektor dengan dilakukannya jual beli biji kopi dari petani kepada kolektor dengan harga yang ditentukan oleh kolektor. Selanjutnya kolektor sebagai pengumpul kopi milik petani yang telah dipilih oleh koperasi tersebut mengolah kopi menjadi barang setengah jadi dan menjual kembali produk kopi kepada koperasi. Selanjutnya koperasi melakukan *quality control* atau yang sering di sebut dengan uji mutu terhadap objek yang diperjualbelikan di mana jika produk kopi yang diuji cocok maka dilanjutkan kepada penggilingan (*huller*), kemudian setelah itu baru terdapat administrasi faktur berupa bon dalam bentuk rekapan dari kolektor yang ditujukan kepada koperasi sesuai saran ataupun volume kopi yang disetor. Transaksi pembayaran tersebut dilakukan dengan cek atau transfer langsung ke rekening kolektor dan dikenakan pajak pph (pajak penghasilan) 0,25% jika kolektor memiliki NPWP (nomor pokok wajib pajak) dan jika kolektor tidak memiliki NPWP (nomor pokok wajib pajak) maka dikenakan pajak pph (pajak penghasilan) 0,50% untuk perkilo gram kopi labu yang dijual. Kemudian produk kopi yang telah diolah serta telah diuji kesempurnaan mutu dan kualitasnya oleh Koperasi yang bertanggung jawab, maka kopi tersebut

³ Robert Pius Perdede dan Asep Firmansyah, *Analisis Total Quality control pada Sub Divisi Painting terhadap Tingkat Kerusakan*

Hasil Produksi, Jurnal Ilmiah kesatuan, Vol 7 No 1, 2005. Di akses pada Hari Senin, Tanggal 23 April 2018, pukul 20.13 WIB.

dijual kepada eksportir dengan adanya *sertifikasi fairtrade*⁴ perkilogram pada setiap produk.

Dalam hal ini terdapat Peraturan Pemerintah mengenai pengawasan biji kopi akan tetapi hanya sampai pada tahap petani kopi saja, sedangkan pengawasan pada tahap kolektor dan Koperasi tidak terdapat Peraturan Pemerintah yang mengaturnya melainkan diatur oleh masing-masing Koperasi yang bergerak di bidang manufaktur biji kopi. Sehingga pada masing-masing koperasi terdapat perbedaan Standar Operasional Prosedur (SOP) terhadap pengawasan pada kolektor dikarenakan tidak ada Peraturan Pemerintah yang mengaturnya.

Berdasarkan perspektif Islam, Kualitas terbagi atas dua yaitu kualitas dari segi konvensional dan kualitas dari segi syariah, di mana perbedaannya ditinjau dari praktiknya. Seperti kualitas produk dari konvensional dilihat dari transaksi jual belinya terdapat penekanan kualitas produk hanya semata-mata untuk merealisasikan tujuan materi dengan membeli produksi menggunakan biaya serendah mungkin dan menjualnya kembali dengan harga yang mahal dan juga

sering terjadi *tadlis* (penipuan) di mana menampakkan barang yang buruk dalam bentuk yang nampaknya bagus sehingga memperoleh keuntungan yang besar. Dalam memproduksi suatu barang untuk meningkatkan kemashlahatan, namun juga yang utama adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas pada setiap produk yang akan diciptakan guna untuk mencapai produk yang memiliki kualitas tinggi (*High Quality*) yang berdampak baik bagi suatu perusahaan. Pada prinsipnya dalam Islam mengajarkan bahwa dalam menciptakan suatu produk yang berkualitas baik tentunya harus menggunakan pengawasan, kejujuran, dan keberkahan sehingga dalam menjalankan suatu proses produksi dengan menerapkan prinsip dan nilai syariat Islam. Maka tidak akan ada kegagalan pada produk yang akan dipasarkan dan tentunya akan berdampak baik bagi perusahaan dan para konsumennya.⁵ Kemudian kualitas dilihat dari ekonomi Islam, kualitas tidak hanya berpatokan pada tujuan materi semata namun sebagai tuntutan Islam dalam seluruh bidang kehidupan.⁶

HASIL PEMBAHASAN

⁴<http://www.sadakoffie.com/apa-itu-sertifikasi-fair-trade/>, di Akses Pada Tanggal 13 Oktober 2018.

⁵Venty Putri Damayanti, *Quality Control Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Perusahaan pada Perusahaan Pusat Oleh-Oleh Haji dan*

Umroh di Kawasan Religi Sunan Ampel Surabaya.s (Surabaya: 2018), hlm.2.

⁶Jaribah Bin Ahmad Al-haritsi, *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Khattab*, (Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2015), hlm.79.

1 Konsep Hukum Islam Tentang Objek Transaksi Jual Beli dan Kualitas Produksi

Makna objek secara umum yaitu hal perkara atau orang yang menjadi pokok pembicaraan, sasaran, tujuan, pelengkap dan tujuan penderita, sehingga yang dimaksud objek transaksi adalah suatu benda maupun manfaat yang dilakukannya tukar menukar antara kedua belah pihak atau lebih.⁷ Sementara itu arti transaksi adalah persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua belah pihak, yang dilakukan dengan cara pelunasan dan pembayaran.⁸

Suatu benda yang dikenai pekerjaan disebut dengan objek. Objek dalam jual beli merupakan hal terpenting yang harus ada dalam transaksi jual beli, karena objek tersebut termasuk ke dalam rukun jual beli yang keempat. Objek jual beli disebut juga dengan *ma'qud 'alaih*, di mana suatu transaksi dilakukan di atasnya, sehingga akan terdapat implikasi hukum tertentu. *Ma'qud 'alaih* bisa berupa aset-aset finansial (sesuatu yang bernilai ekonomis) ataupun aset non finansial, seperti wanita dalam akad pernikahan, ataupun bisa berupa manfaat seperti halnya

dalam akad *ijarah* (sewa).⁹ Terdapat pula hal-hal yang tidak boleh dijadikan sebagai objek akad secara syariat atau '*urf*' (kebiasaan), seperti khamr yang tidak boleh menjadi objek akad sesama kaum muslimin, wanita yang diharamkan menikahinya karena ada hubungan nasab atau sepersusuan tidak boleh menjadi istri untuk kerabatnya, dan sebagainya.

Persoalan objek transaksi dalam hukum Islam menjadi pembahasan yang urgen. Sebab kerelaan pelaku transaksi tidak dapat dilepaskan dari eksistensi objek transaksi. Objek transaksi yang dimaksudkan untuk membentuk suatu akad dan berlaku akibat-akibat hukum akad. Objek yang dimaksudkan dapat berupa benda, manfaat benda, jasa atau pekerjaan, atau suatu yang lain yang tidak bertentangan dengan syariah. Benda meliputi benda bergerak dan benda tidak bergerak maupun benda berbadan dan tidak berbadan.¹⁰

Objek transaksi atau *Ma'qud 'alaih* dapat juga diartikan sebagai benda-benda yang diakadkan, seperti benda yang dijual dalam akad jual beli, dalam akad hibbah, dalam akad gadai, utang yang dijamin seseorang dalam akad *kafalah*.¹¹ Dimana

⁷Tri Kurnia Nurhayati, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Eska Media,2003), hlm. 481.

⁸*Ibid.*, hlm.852.

⁹Dimyauddin Djuwaini. *Pengantar Fiqh; Ma'qud 'Alaih (objek transaksi)*. 2008. hlm. 57-58

¹⁰Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), hlm.190.

¹¹Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), hlm.47

objek akad termasuk kedalam rukun jual beli pada pembagian ketiga dan jumbuh ulama menyebutkan bahwa yang termasuk ke dalam objek akad adalah barang yang diakadkan dan harga.

Objek transaksi dalam jual beli juga dapat dimaknakan sebagai suatu benda atau manfaat yang dibutuhkan oleh satu orang atau lebih yang dilakukannya tukar menukar harta benda secara sukarela atau proses mengalihkan hak kepemilikan kepada orang lain dengan adanya kompensasi tertentu dan dilakukan dalam koridor syariat terutama pada praktek jual beli yang dipenuhi berbagai unsur penipuan, keculasaan dan kedzaliman. Oleh karena itu dengan merealisasikan keinginan seseorang yang terkadang tidak mampu diperolehnya, maka dengan adanya jual beli dia mampu untuk memperoleh sesuatu yang diinginkannya, karena pada umumnya kebutuhan seseorang sangat terkait dengan sesuatu yang dimiliki saudaranya. Adapun benda-benda yang dijadikan akad tersebut adalah benda yang bentuknya tampak dan membekas.¹² Objek transaksi yang berupa barang tersebut dapat berbentuk harta benda, seperti barang dagangan, benda

bukan harta, seperti akad dalam pernikahan dan dapat pula berbentuk suatu kemanfaatan seperti dalam masalah upah-mengupah, dan lain-lain.¹³

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa *ma'qud alaih* adalah harta yang dijadikan alat pertukaran oleh orang yang berakad, yang biasa disebut dengan barang jualan atau harga. Dimana jual beli dianggap sah apabila *ma'qud alaih* adalah barang yang tetap atau bermanfaat, berbentuk, dapat diserahkan, dapat dilihat oleh orang-orang yang berakad, tidak bersangkutan dengan milik orang lain, dan tidak ada larangan dari syara'.

Pada objek transaksi terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi agar dapat melakukan transaksi yakni sebagai berikut:¹⁴

1. Objek akad ada ketika akad dilakukan

Akad tidak sah dilakukan terhadap sesuatu yang *ma'dum* (tidak ada) seperti menjual tanaman yang belum tampak hasilnya, karena ada kemungkinan ia tidak tumbuh. Tidak boleh juga dilakukan akad terhadap sesuatu yang mengandung risiko untuk tidak ada, seperti menjual hewan yang masih dalam kandungan karena ada

¹²Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.75.

¹³Rahmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), hlm,61.

¹⁴Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 493.

kemungkinan ia lahir dalam keadaan mati. Tidak sah juga mengadakan akad untuk sesuatu yang mustahil ada di masa yang akan datang seperti akad dengan seorang dokter untuk menyembuhkan penyakit orang yang sudah mati, karena mayat tidak bisa menjadi objek pengobatan, atau akad dengan seorang pekerja untuk memanen tanaman yang sudah terbakar. Semua akad tersebut adalah batal.

Objek akad sudah harus ada secara konkret ketika kontrak dilangsungkan atau diperkirakan akan ada pada masa akan datang dalam kontrak-kontrak tertentu seperti dalam kontrak *salam*, *istishna'*, *ijarah*, dan *mudharabah*. Dalam penentuan objek akad pada transaksi yang tertentu terdapat perbedaan pendapat dari para ulama. Maka dari itu dapat didefenisikan bahwa setiap objek akad yang tidak ada saat akad boleh dijadikan objek transaksi dengan syarat objek tersebut dipastikan tersedia pada waktu penyerahannya. Pendapat ini sesuai dengan kaidah *al-ashlu fil mu'amalat al-ibahah* (hukum asal yang berlaku dalam muamalah adalah boleh), juga berdasarkan maslahat masyarakat pelaku pasar dengan banyaknya inovasi produk pasar dan ragam kebutuhan masyarakat terhadap produk-produk pasar tersebut.

2. Objek yang diakadkan dibolehkan secara syariat

Barang yang dijadikan objek akad harus berbentuk harta yang dimiliki atau *mutaqawwim* (dikuasai atau digenggam). Jika tidak demikian maka akad menjadi batal. Maka, menjual sesuatu yang tidak dianggap harta secara syariat seperti bangkai dan darah atau menghibbkannya, menjadikannya sebagai jaminan, mewaqafkannya atau mewasiatkannya adalah batal, karena sesuatu yang bukan harta tidak sah untuk dimiliki sama sekali.

3. Barang tersebut dapat diserahkan pada waktu proses akad

Atas kesepakatan para fuqaha, disyaratkan adanya kemampuan untuk menyerahkan barang saat akad terjadi. Maka, sebuah akad tidak sah apabila si pengakad tidak mampu menyerahkan objek yang diakadkan, meskipun barang tersebut ada dan milik pengakad. Dalam kondisi ini akad menjadi batal.

Syarat ini sangat penting dalam *muawadhah maliyyah* (kepemilikan dalam Islam) berdasarkan kesepakatan para ulama dan juga dalam hal-hal yang bersifat *tabarru'at*, tidak sah menjual suatu barang yang tidak dapat diserahkan kepada yang membeli, seperti ikan dalam laut, barang rampasan yang masih berada di tangan yang merampasnya, barang yang sedang dijamin, hal tersebut disebabkan mengandung tipu daya. Sebagaimana sabda Rasulullah Saw, yang berbunyi:

حَدَّثَنِي يَحْيَى عَنْ مَالِكٍ عَنْ أَبِي حَازِمٍ بْنِ دِينَارٍ عَنْ سَعِيدِ بْنِ الْمُسَيَّبِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ نَهَى عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya: "Yahya meriwayatkan kepadaku dari Malik, dari Abu Hazim bin Dinar, dari Sa'id bin Al-Musayyib, bahwa Rasulullah Saw melarang jual beli (yang terdapat unsur) penipuan".¹⁵

4. Objek akad harus jelas dan diketahui

oleh kedua pengakad

Menurut para fuqaha, objek akad harus diketahui untuk menghalangi adanya perselisihan dikarenakan larangan yang disebutkan di dalam sunnah untuk melakukan *ba'i gharar* (jual beli yang mengandung *gharar*) dan *ba'i majhul* (jual beli terhadap sesuatu yang tidak diketahui).

Untuk diketahuinya sebuah barang, dapat dilakukan dengan cara menunjuknya apabila barang itu ada, atau dengan melihatnya ketika akad dilaksanakan atau sebelum akad tapi dalam tempo yang diperkirakan barang itu tidak berubah sampai akad dilaksanakan. Melihat sebagian barang sudah dianggap cukup, jika semua bagian barang tersebut sama, atau dengan menyampaikan sifat yang bisa menghindari timbulnya *jahalah fahisyah* (ketidaktahuan terhadap barang yang akan menimbulkan persengketaan atau perselisihan, *penj.*), yaitu dengan menjelaskan jenis, macam, dan ukurannya, seperti kalau barang itu adalah besi dengan

menjelaskan ia terbuat dari jenis ini dan ukurannya ini.

2 Implementasi Objek Transaksi

Terhadap Harga

Implementasi objek transaksi terhadap harga bertujuan untuk dapat mewujudkan keseimbangan antara harga dan barang yang akan diperjualbelikan. Dalam hal menetapkan harga pada barang tidak dapat menggunakan cara yang bertentangan dengan praktik-praktik syariat dan tidak halal, sebagaimana firman Allah dalam QS, An-Nisa :29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

Pernyataan Al-Qur'an di atas, yang dimaksud dengan bisnis yaitu proses dimana terjadi pertukaran kepentingan sebagai keuntungan tanpa melakukan penekanan yang tidak dihalalkan atau tindakan penipuan terhadap kelompok lain dan tidak membolehkan praktek suap dan riba yang merugikan salah satu pihak.

¹⁵Imam Malik bin Anas, *Al Muwaththa'* Imam Malik, Takhij: Muhammad Ridwan, Syarif

Abdullah, jilid II, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2010), hlm. 72.

Keseimbangan atau sering juga disebut dengan harga pasar, hal tersebut dilakukan dengan cara tawar menawar antara penjual dan pembeli dalam menetapkan harga sehingga tercapainya kesepakatan antara kedua belah pihak. Kecenderungan pembeli adalah menginginkan harga murah dengan kualitas barang yang tinggi, sedangkan penjual memiliki kecenderungan untuk mendapatkan keuntungan yang banyak. Kecenderungan berlawanan ini tidak akan menghasilkan transaksi jika tidak ada kesepakatan harga. Oleh karena itu kesepakatan harga timbul dengan adanya tawar menawar antara penjual dengan pembeli dengan diberlakukannya asas-asas transaksi dalam ekonomi Islam, yaitu:¹⁶

1. Setiap transaksi pada dasarnya mengikat para pihak yang melakukan transaksi, kecuali apabila transaksi itu menyimpang dari hukum syara', seperti memperdagangkan barang haram. (Lihat QS. Al-Ma'idah: 1)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْعَةُ
الْأَنْعَامِ الْأَمَانِيُّ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُجَلَى الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ
حُرْمٌ لَنْ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ.

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji.

Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya."

2. Asas melakukan transaksi secara sukarela, yaitu kerelaan yang sebenarnya, bukan kerelaan yang bersifat semu dan seketika. Tanpa ada paksaan dari pihak mana pun. Sebagaimana dengan diharamkannya *ba'i al-Gharar* (jual beli yang mengandung unsur spekulasi dan penipuan).
3. Asas keadilan, yaitu adanya keseimbangan baik dari segi produksi, cara memperolehnya, maupun pendistribusian. Dalam arti kedua pihak yang melakukan transaksi ekonomi harus berlaku dan diperlakukan secara adil dalam konteks pengertian luas dan konkrit. Hal ini sangat berkaitan dengan doktrin-doktrin yang tersebut dalam Al-Quran yang sangat menjunjung tinggi keadilan dan sangat anti kezaliman, maka dalam praktek transaksi ekonomi Islam tidak dikenal dengan riba, karena riba menurut ajaran Islam termasuk Simbol yang berpihak pada kezaliman.
4. Asas saling menguntungkan, yaitu tidak terdapat satu pihak pun yang dirugikan baik dari pihak penjual

¹⁶<https://harumanw.wordpress.com/2012/03/12/azas-azas-transaksi-dalam-ekonomi-islam/>
di akses hari rabu tanggal 20 jam 13.30 WIB.

maupun pembeli. Dalam konteks ini hak memilih, jujur, dan amanah sangat berperan penting oleh kedua belah pihak agar dapat saling menguntungkan.

5. Asas saling menolong dan saling membantu. Syarat-syarat transaksi dirancang dan dilaksanakan secara bebas tetapi penuh tanggung jawab, tidak menyimpang dari hukum syara' dan adab sopan santun. Islam mewajibkan agar setiap transaksi, dilandasi dengan niat yang baik dan ikhlas karena Allah SWT, sehingga terhindar dari segala bentuk penipuan, dan sebagainya.
6. Adat kebiasaan atau *'urf* yang tidak menyimpang dari syara', boleh digunakan untuk menentukan batasan atau kriteria-kriteria dalam transaksi. Seperti dalam akad sewa-menyewa rumah.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan harga terhadap barang yang diperjualbelikan yaitu dengan melihat harga pasaran yang sedang terjadi, akan tetapi harga juga ditentukan berdasarkan keadaan barang yang akan dijual sehingga tercapainya keseimbangan. Agar dapat terwujudnya keseimbangan antara harga

dan barang yakni dengan dilakukannya tawar menawar antara kedua belah pihak yang bertransaksi guna untuk menghindari kecenderungan yang berlawanan antara pihak jual dan pihak beli dan tidak keluar dari ruang lingkup syariat.

3 Konsep Kualitas Produksi

Konsep produksi adalah salah satu di antara konsep-konsep paling tua yang menuntut para penjual. Dimana konsep produksi berpendapat bahwa para pelanggan akan menyukai produk-produk yang tersedia secara luas dan harganya murah. Manajemen dalam organisasi yang berorientasi pada produksi mengerahkan segenap upayanya untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi dan liputan distribusi yang luas.¹⁷

Konsep kualitas dapat didefinisikan dengan penggambaran karakteristik langsung dari suatu produk, seperti performansi, keandalan, kemudahan dalam penggunaan, estetika dan sebagainya. Dalam era globalisasi secara strategik, kualitas didefinisikan sebagai segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customer*). Keunggulan suatu produk terukur melalui tingkat kepuasan pelanggan.

¹⁷Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian Edisi Kelima*, (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 24.

Karakteristik sistem kualitas modern dicirikan dalam Lima aspek, yaitu: berorientasi pada pelanggan, adanya partisipasi aktif yang dipimpin oleh manajemen puncak, adanya pemahaman dari setiap orang terhadap tanggung jawab spesifik untuk berkualitas, adanya aktivitas yang berorientasi pada tindakan pencegahan kerusakan dan adanya suatu filosofi yang menganggap bahwa kualitas merupakan jalan hidup (*way of life*). Manajemen kualitas di definisikan sebagai suatu cara meningkatkan performansi, secara terus menerus (*continuous improvement*) pada setiap level operasi atau proses, dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi dengan menggunakan sumber daya manusia dan modal yang tersedia. Beberapa hal penting yang terkandung dalam definisi tersebut adalah adanya perencanaan kualitas, pengendalian kualitas, jaminan kualitas, dan peningkatan kualitas.¹⁸

Kualitas produksi sangat berperan penting dalam hal menjalankan sebuah bisnis. Karena kualitas produksi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada dasarnya kualitas tidak begitu diperhatikan oleh pasar dimana pasar hanya menekankan kepada kuantitas, seiring

dengan berkembangnya teknologi dan informasi permintaan berubah menjadi lebih *demanding* (menuntut). persaingan pasar semakin kuat dikarenakan barang yang diproduksi oleh setiap perusahaan melimpah. Oleh karena itu perusahaan tidak hanya menekankan kuantitas akan tetapi kualitas produksi juga sangat penting untuk menjadi patokan suatu barang agar dapat menguasai pangsa pasar.

Jaribah Bin Ahmad Al-Haritsi mendefinisikan makna produksi yang dikenal dalam ekonomi sekarang sebagai terminologi baru. Terminologi ini tidak mengandung makna kontempornya dalam satu fase, namun melalui beberapa fase sebelum menjadi terminologi yang baku, yaitu produksi adalah setiap bentuk aktifitas yang dilakukan manusia untuk mewujudkan manfaat atau menambahkannya dengan cara *mengeksplorasi* sumber-sumber ekonomi yang disediakan Allah Swt sehingga menjadi maslahat, untuk memenuhi kebutuhan manusia. Lembaga-lembaga ekonomi konvensional mulai dari para pelaku perdagangan hingga para ahli ilmu alam hanya membatasi makna produksi pada sebagian aktifitas, dan tidak pada sebagian yang lain. Sebab para pelaku perdagangan berpendapat bahwa

¹⁸<http://repository.ut.ac.id/4792/1/EKMA4265-M1.pdf>, diakses pada tanggal 30 Januari 2019.

perdagangan eksternal sebagai satu-satunya aktifitas yang menghasilkan dan perdagangan internal tidak dinilai sebagai peghasil sesuatu, dikarenakan apa yang mendatangkan keuntungan satu pihak di dalamnya, yang berarti merugikan pihak lainnya. Kemudian para ahli ilmu alam berpendapat bahwa pertanian merupakan aktifitas ekonomi yang menghasilkan. Selanjutnya kaum tradisionalis baru mengkaitkan produksi dengan kemanfaatan. Hingga setiap bentuk aktifitas ekonomi yang mendatangkan kemanfaatan atau menambahkannya dinilai sebagai aktifitas produksi. Dan juga termasuk produk jasa dan segala bentuknya.¹⁹

Manajemen produksi yang baik akan mempengaruhi kualitas dan kuantitas yang akan dihasilkan menjadi semakin baik. Terdapat 3 hal yang harus diperhatikan dalam manajemen produksi, yaitu:

1. Fungsi, di dalam suatu organisasi, manajer operasi bertanggung jawab untuk mengelola departemen atau organisasi yang menghasilkan barang dan jasa yang menyangkut koordinasi dan pelaksanaan fungsi operasi. Selain itu, tanggung jawab manajer operasi juga menyangkut tanggung jawab

husus berupa perencanaan strategis, penentuan kebijaksanaan, penganggaran, koordinasi dengan manajer-manajer lain (manajer material, pembelian persediaan, mutu, fasilitas dan lini produksi)

2. Sistem, sistem produksi juga memberikan wawasan untuk rancangan dan manajemen sistem yang produktif pada bidang fungsional di luar fungsi operasi. Sebagai contoh jasa penjualan sebagai fungsi pemasaran dapat dipandang sebagai sistem yang produktif dengan input, transformasi, dan output.
3. Keputusan, pengambilan keputusan sebagai elemen penting dari manajemen produksi. Fokus keputusan ini memberikan dasar untuk membagi produksi berdasarkan bentuk keputusan utama manajemen produksi, yaitu proses kapasitas, persediaan, tenaga kerja, dan mutu. Keputusan ini memperjelas apa yang dilakukan oleh manajer operasi industri.

Kebijaksanaan manajemen produksi dan operasi berhubungan erat dengan kebijaksanaan fungsional yang lain, khususnya dengan kebijaksanaan

¹⁹Jaribah Bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umab Bin Al-Khattab*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2006), hlm. 37-38.

pemasaran, kebijaksanaan finansial, dan kebijaksanaan sumber daya manusia.²⁰

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produksi dapat diartikan sebagai salah satu kebijakan penting dalam mengukur baik buruknya sesuatu yang dihasilkan, baik berupa produk maupun jasa. Dalam meningkatkan daya saing produk dan jasa yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Kualitas produk sebagai suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.

4 Implementasi Kualitas Terhadap Objek Transaksi dan Harga

Pada dasarnya kualitas adalah tujuan yang sulit di pahami, karena harapan para konsumen akan selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang lebih baru dan lebih baik. Dalam

pandangan ini, kualitas adalah proses dan bukan hasil akhir. Adapun pembeli suatu produk bukan hanya sekedar ingin memiliki produk tersebut karena kualitasnya. Para pembeli membeli barang dan jasa, karena barang atau jasa tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Dengan kata lain seseorang membeli produk bukan karena fisik produk semata-mata, akan tetapi karena manfaat yang ditimbulkan dari produk yang dibelinya tersebut.²¹

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

Garvin mengemukakan delapan dimensi kualitas yang bisa digunakan sebagai kerangka perencanaan dan analisis strategik, yaitu:

1. Kinerja (*performance*) karakteristik dari operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
2. Fitur atau ciri-ciri tambahan yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.

²⁰Farid, *Kewirausahaan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 261-262.

²¹Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1996), hlm. 202.

3. Realiabilitas, yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal digunakan.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan, berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. *Serviceability*, yaitu kemampuan melayani. Layanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup layanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, seperti bentuk fisik dan desain yang menarik.
8. Kualitas yang dipersepsikan yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau fitur produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga dan nama merek.²²

Adapun harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual-

beli dari produsen ke tangan konsumen. Melalui penetapan harga, akan terlihat posisi kelayakan mutu produk dari nilai ekonomisnya. Karena permasalahan ini, perusahaan biasanya mengadakan penetapan harga yang disepakati sebelum barang beredar di pasaran. Menurut *Machfoedz 2005*, tujuan dari penetapan suatu harga adalah untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan laba dari penjualan, meningkatkan serta mengembangkan produksi produk, serta meluaskan target pemasaran. Penetapan harga suatu produk atau jasa tergantung dari tujuan perusahaan atau penjual yang memasarkan produk tersebut.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas sangat penting diterapkan pada objek transaksi untuk memenuhi kriteria daya saing pasar yang semakin pesat untuk mengharapkan nilai harga yang bagus, akan tetapi di sisi lain kualitas juga sangat tidak diperhatikan jika permintaan semakin banyak dan nilai harga juga tidak begitu dipermasalahkan. Akan tetapi jika nilai permintaan semakin banyak kemudian kualitas barang tidak memenuhi standar maka nilai harga bisa menurun.

²²Fandi Tjiptono, *Service, Quality dan Satisfaction Edisi ke Empat*, (Yogyakarta: C.V Ando Offset, 2016), hlm. 134-135.

5 Penerapan Hukum Islam Terhadap Kualitas Produksi Objek Transaksi

Menjadi sesuatu yang sangat berarti adalah nilai penting dalam pemasaran, karena Rasulullah SAW membangun kepuasan pelanggannya melalui kualitas produk dan juga nilai-nilai yang terkandung di dalam Islam. Kemudian seiring dengan kemajuan zaman, kualitas disesuaikan dengan cara pandang masing-masing konsumen.²³

Islam menerapkan Kualitas produksi lebih mengarah kepada manfaat dan halalan *tayyiban* (bermutu). Maksud dari pada manfaat yaitu keuntungan yang diperoleh dari barang atau jasa tersebut. Baik keuntungan dari kualitas yang diperoleh maupun produksi. Penjual dapat memilih barang yang dijualnya dengan kualitas yang tinggi agar lebih menguntungkan dari pada barang dengan kualitas yang rendah, sehingga respon pembeli menjadi lebih positif.

Terdapat beberapa indikator terkait kualitas produksi barang yang dianjurkan dalam Islam, meliputi:

1. Larangan penipuan

Secara umum Islam melarang semua bentuk transaksi yang akan menimbulkan kesulitan dan masalah, sebuah bentuk transaksi yang hanya semata berdasarkan

pada spekulasi, dimana hak-hak semua pihak yang terlibat dalam bisnis itu tidak dilaksanakan dengan seksama. Yang akibatnya memungkinkan sebagian dari pihak yang terlibat bisa menarik keuntungan namun dengan merugikan pihak lain. Oleh karena itu dalam bertransaksi juga harus memperhatikan kualitas produksi agar terpenuhi rasa keinginan dan kepuasan.

Tadlis dikenal sebagai unsur penipuan pada transaksi yang terjadi dalam hubungan jual beli antara dua belah pihak dimana penjual menjual barang yang bermerek palsu, atau menjual barang dengan hanya memperlihatkan sebagian sampelnya yang berkualitas baik dan menyembunyikan bagian lainnya yang berkualitas buruk, sedangkan pembeli tidak mengetahui hakikat yang sebenarnya, sebagaimana lazimnya berlaku dalam transaksi jual beli barang dengan sistem “karungan”, serta menjual barang dengan mmenyebut harga barang sebesar yang tidak semestinya termasuk dalam katagori “penipuan/*tadlis*” di sini adalah seorang penjual yang meyakinkan pembeli dengan menyatakan barang yang dijual “bermutu tinggi” padahal hakikatnya tidak demikian, Nabi Saw melarang bentuk jual beli yang mengandung unsur penipuan, karena hal

²³IkaYuniaFauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.103.

ini bagian upaya membuka jalan kemaksiatan (*saddudz dzariah*).²⁴ Sebagaimana hadits Rasulullah SAW yang berbunyi:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ مَرَّ بِرَجُلٍ يَبِيعُ طَعَامًا ، فَسَأَلَهُ : كَيْفَ تَبِيعُ ؟ فَأَخْبَلَهُ ، فَأَوْجَحِيَ إِلَيْهِ أَنْ أَدْخَلَ يَدَكَ فِيهِ ، فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهِ ، فَإِذَا هُوَ مَبْلُورٌ ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ : لَيْسَ مِنَّا مَنْ غَشَّنَ .

Artinya: “Dari Abu Hurairah Radhiyallahu Anhu bahwasanya Rasulullah Saw pernah melewati seorang lelaki yang menjual makanan. Kemudian Rasulullah menyainya, “bagaimana kamu menjual?” lelaki tersebut memberitahu bagaimana caranya dia menjual. Rasulullah SAW mendapat wahyu agar beliau memerintahkan kepada lelaki itu untuk memasukkan tangannya ke dalam makanan. Lelaki tersebut memasukkan tangannya ke dalam makanan. Setelah dimasukkan tangannya itu menjadi basah. Lalu Rasulullah SAW bersabda, “tidak termasuk umatku orang yang menipu”.²⁵

Prilaku *tadlis* dapat berlaku dalam empat kategori berikut: kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan. *Tadlis* secara kuantitas dapat terjadi karena adanya pedagang yang mengurangi takaran atau timbangan atas barang yang dijualnya. Sementara *tadlis* secara kualitas terjadi dikarenakan adanya ketidakjujuran yang menyembunyikan cacat barang yang ditawarkan. Adapun *tadlis* yang dapat terjadi dalam kategori harga, adanya

penaikan harga barang yang melebihi harga pasar, di mana kenaikan tersebut tidak diketahui oleh pembeli atau disebut *ghaban*. Akan halnya *tadlis* dilihat dari waktu penyerahan berkenaan dengan perjanjian atas sesuatu yang pada saat kontraknya memang dimilikinya, tetapi pihak tersebut mengetahui bahwa ia tidak sanggup untuk melaksanakan pekerjaan tersebut sesuai dengan kontraknya pada saat kontrak tersebut berakhir.²⁶

Adapun *ghisy* dalam bisnis adalah menyembunyikan cacat barang dan mencampur dengan barang-barang baik dengan yang jelek. Hal tersebut juga termasuk penipuan dalam perdagangan. Terdapat beberapa bentuk penipuan yang dilarang keras di dalam Al-Qur’an yaitu:²⁷

a. *Tathfif* (Curang dalam timbangan)

Secara kebahasaan *tahfif* berarti berdikit-dikit, berhemat-hemat, pelit. *Al-Mutahaffif* orang yang mengurangi bagian orang lain tatkala dia melakukan timbangan/takaran untuk orang lain. Beberapa ulama juga mendefinisikan yang lebih luas dari *tahfif* yaitu termasuk orang yang menerima gaji secara penuh namun dia tidak menunaikan tugas-tugasnya secara jujur dan efisien.

²⁴Farid, *Kewirausahaan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 169.

²⁵Nashiruddin Muhammad, Al-Albani, *Shahih Sunan Abu Daud (Seleksi Hadits Shahih dari Kitab Sunan Abu Daud) Buku II*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), hlm. 582.

²⁶Husni Mubarrak A. Latief, *Fiqh Islam dan Problematika Kontemporer*, (Banda Aceh, ArraniryPress dan Lembaga Naskah Aceh (NASA), 2012), hlm. 143.

²⁷Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), hlm. 136-139.

b. Tidak Jujur

Ketidajukjuran adalah bentuk kecurangan yang paling buruk. Orang yang tidak jujur akan selalu berusaha untuk melakukan penipuan pada orang lain, kapan dan dimana saja kesempatan itu terbuka bagi dirinya.

c. Kebohongan dan Ingkar Janji

Kebohongan adalah salah satu dari tanda ciri-ciri orang munafik dalam bidang bisnis, dampak kebohongan akan sangat terasa dan tidak mungkin untuk diabaikan. Statemen yang salah dalam perdagangan bukan hanya akan membahayakan konsumen, namun juga akan mendatangkan bahaya yang demikian berat bagi para produser dan juga para pedagang.

2. Halalan *tayyiban*

Halalan *tayyiban* (bermutu) adalah sesuatu atau benda yang baik dan suci yang diperbolehkan oleh syara'. *Al-tayyib* dalam makanan adalah sehat, profesional dan aman. Sebagaimana firman Allah dalam Qs. Al-Baqarah: 168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ.

Artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu."

Berdasarkan kepada ayat di atas yang menjelaskan tentang kewajiban mencari makanan-makanan halal dan berkualitas di

bidang produksi dan mengikuti ketentuan syara'. Halalan *tayyiban* juga didefinisikan sebagai makanan yang tidak mempunyai unsur syubhah serta tidak berdosa sekiranya diambil.

Adapun syarat-syarat untuk memenuhi unsur halal suatu objek transaksi, terutama pada makanan yaitu:

- Tidak memudaratkan atau mengganggu fungsi normal tubuh dan pikiran.
- Bebas dari najis dan bukan produk yang diperoleh dari sumber yang bertentangan dengan syara'.
- Bebas daripada produk yang diambil dari sesuatu yang haram.
- Sumber dan cara perolehan yang halal, berpusat dari rezeki yang halal dibenarkan oleh syara'.
- Peralatan bersih dan suci daripada najis, baik pada saat penyediaan, pemrosesan, pengilangan, pembungkusan atau pemasaran.

Suatu objek yang memenuhi unsur halal terdapat syarat halal bagi makanan yaitu peralatan bersih dan suci daripada najis, baik pada saat penyediaan,

pemrosesan, pengilangan, pembungkusan atau pemasaran.²⁸

Keuntungan dalam berbisnis secara sehat dan benar menurut ajaran Islam telah diberi jaminan oleh Allah Swt, sebagaimana firman Allah dalam QS, al-jumu'ah: 10 yang berbunyi:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ.

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

Bisnis yang telah melibatkan Allah adalah dengan meniatkan bisnis sebagai ibadah, dengan mencari keuntungan melalui jalan yang halal dan sesuai dengan kiat-kiat yang telah ditetapkan dalam syariat serta jujur dan amanah. Dalam dunia bisnis, sebagian besar aktivitas mengarah pada persoalan jual beli, meskipun prinsip jual beli berperan sangat luas, melakukan jual beli dibenarkan dalam Qs. Al-Baqarah: 275, yang berbunyi:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Allah menghalalkan jual beli, dan mengharamkan riba”.

Dimana dalam bertransaksi apabila jual beli tersebut menyangkut barang yang sangat besar nilainya, agar tidak terjadi

kecurangan, Al-Qur'an menyarankan agar ada saksi, “*dan hendaklah kamu mengadakan saksi kalau kamu berjual-beli, dan janganlah penulis dan saksi itu mempersulit*”. (QS. Al-Baqarah: 282).

3. Jujur dan amanah

Ketika muamalah bertujuan untuk mendapatkan rezeki dan keuntungan, maka dikarenakan kerakusan untuk mendapatkannya mendorong seseorang untuk berbohong dan berkhianat dalam bermuamalah. Oleh karena itu, Allah SWT memerintahkan hamba-Nya untuk bersikap jujur, transparan, dan dapat dipercaya. Kejujuran merupakan penyebab utama keberkahan rezeki dan harta, sedangkan kebohongan dan memendam suatu menjadi penyebab utama bagi ketidakberkahan dan kerugian. Wajib bagi pedagang Muslim untuk selalu jujur dalam perkataan dan perbuatannya, sehingga Allah mengucurkan berkah kepadanya dalam berdagang. Sesungguhnya seorang pedagang yang selalu jujur bisa membuat hatinya menjadi teguh dan apa yang disampaikan selalu mengena. Di depan konsumen, ia terkesan tenang. Sikap inilah yang memunculkan keyamanan bagi kedua belah pihak.²⁹

²⁸Ridwan Nuridin dan Azmil Umur, *Hukum Islam Kontemporer (praktek masyarakat Malaysia dan Indonesia)*, (Banda Aceh: Diterbitkan atas Kerjasama Universiti Teknologi Mara Melaka dan Fakultas Syariah dan Hukum

Universitas Islam Negeri Ar-raniry Darussalam Banda Aceh), hlm. 265-267.

²⁹Abul Futuh Shabri, *Sukses Bisnis Berkat Wasiat Nabi*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2007), hlm. 196.

Ketika fitrah seseorang lurus dan jiwanya terhindar dari hawa nafsu, maka hal tersebut dapat membentuk kepribadian yang amanah. Membiasakan amanah dalam bermuamalah, maka amanat yang diberikan padanya bisa dipercaya, baik diamanati satu kwintai maupun satu dinar, karena menyadari diperintahkan untuk menyampaikan amanah dan dilarang untuk mengkhianatinya. Di antara bentuk-bentuk sifat amanah adalah jujur dalam memberikan nasehat. Hal tersebut merupakan sifat yang dipegang teguh oleh pedagang Muslim, dan harus adanya kemauan untuk mengamalkan sifat tersebut sehingga perniagaannya menjadi ibadah yang mengandung ibadah.³⁰

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dalam perspektif hukum Islam kualitas objek transaksi hanya dilihat pada barang yang memiliki manfaat dan halalan *tayyiban*, jika suatu objek transaksi bermanfaat dan halal maka hal tersebut sudah dianggap berkualitas.

KESIMPULAN

Sistem pengawasan yang dilakukan oleh Koperasi Baitul Qiradh Baburayyan dalam mengontrol kualitas produknya yakni dilakukan dengan berbagai macam pengawasan untuk tercapainya suatu tujuan yang diinginkan. Adapun bentuk-bentuk sistem pengawasan yang dilakukan

oleh manajemen koperasi seperti pengecekan produk kopi di saat panen maupun pasca panen dengan mengandalkan pengawasan oleh pihak ICS (*Internal Control Sistem*) maupun teknologi yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan oleh pihak koperasi. Sistem pengawasan tersebut bertujuan untuk mempertahankan kualitas, harga serta cita rasa produk kopi.

Dalam melakukan penerapan sistem pengawasan untuk memastikan tidak terdapat percampuran produk (*tadlis*) yang mempengaruhi kualitas, kuantitas, harga serta kepuasan pelanggan terhadap produksi kopi oleh koperasi sebagai pusat perdagangan ekspor biji kopi, di mana pihak koperasi melakukan pengawasan yang ketat dan rutin terhadap pihak pekerja koperasi sesuai dengan bidangnya masing-masing dengan ketentuan pengawasan yang dilakukan mulai dari para petani binaan koperasi sebagai penghasil produk kopi, kemudian kolektor sebagai penghubung produk kopi dari petani kepada koperasi, selanjutnya koperasi sebagai pusat pengecekan serta penstabilan produk biji kopi mulai dari kadar air, daya kecambah, kemurnian fisik serta cita rasa. Dalam penerepan sistem pengawasan mutu produk kopi, pihak koperasi senantiasa merujuk kepada standar operasional

³⁰*Ibid.*, hlm. 200.

prosedur (SOP) Koperasi Baitul Qiradh Baburayyan.

Perspektif hukum Islam, *quality control* atau pengawasan terhadap kualitas produk biji kopi sudah memenuhi unsur-unsur hukum Islam, seperti pada pengawasan kualitas produk ataupun cita rasa produk. Akan tetapi tujuan KBQB dalam melakukan pengawasan semata-mata hanya untuk untuk merealisasikan tujuan materi dengan membeli produksi menggunakan biaya serendah mungkin dan menjualnya kembali dengan harga yang mahal serta tidak terpenuhinya azas ekonomi Islam pada tahap keseimbangan dan kebebasan, seperti terdapatnya Peraturan Pemerintah yang hanya mengatur masalah pertaniannya saja dan juga tidak terdapatnya kebebasan pada petani dan kolektor dikarenakan mereka merupakan binaan dari koperasi itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Ghazaly, 2010, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana.
- Abul Futuh Shabri, 2007, *Sukses Bisnis Berkat Wasiat Nabi*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Dimyauddin Djuwaini, 2008, *Pengantar Fiqh; Ma'qud 'Alaih (objek transaksi)*.
- Farid, 2017, *Kewirausahaan Syariah*, Jakarta: Kencana.
- Fandi Tjiptono, 2016, *Service, Quality dan Satisfaction Edisi ke Empat*, Yogyakarta: C.V Ando Offset.
- Hendi Suhendi, 2002, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Husni Mubarrak A. Latief, 2012, *Fiqh Islam dan Problematika Kontemporer*, Banda Aceh,

ArraniryPress dan Lembaga Naskan Aceh (NASA).

- IkaYuniaFauzia, 2013, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana.
- Imam Malik bin Anas, 2010, *Al Muwaththa' Imam Malik, Takhij: Muhammad Ridwan, Syarif Abdullah*, jilid II, Jakarta: Pustaka Azzam.
- Jaribah Bin Ahmad Al-haritsi, 2015, *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Khattab*, Jakarta : Pustaka Al-Kautsar.
- Murdifin Haming & Mahfud Nurnajamuddin, 2007, *manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa Buku 2*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 2001, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Nashiruddin Muhammad, Al-Albani, 2006, *Shahih Sunan Abu Daud (Seleksi Hadits Shahih dari Kitab Sunan Abu Daud)* Buku II, Jakarta: Pustaka Azzam.
- Philip Kotler, 1996, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian Edisi Kelima*, Jakarta: Erlangga.
- Rahmat Syafei, 2000, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Ridwan Nurdin dan Azmil Umur, *Hukum Islam Kontemporer (praktek masyarakat Malaysia dan Indonesia)*, Banda Aceh: Diterbitkan atas Kerjasama Universiti Teknologi Mara Melaka dan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-raniry Darussalam Banda Aceh
- Syamsul Anwar, 2007, *Hukum Perjanjian Syariah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sofjan Assauri, 1996, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Tri Kurnia Nurhayati, 2003, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Jakarta: Eska Media.
- Wahbah Az-Zuhaili, 2011, *Fiqh Islam Wa*

Adillatuhu, Jakarta: Gema Insani.
Venty Putri Damayanti, *Quality Control Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Perusahaan pada Perusahaan Pusat Oleh-Oleh Haji dan Umroh di Kawasan Religi Sunan Ampel Surabaya*, Surabaya: 2018
Robert Pius Perdede dan Asep Firmansyah, *Analisis Total Quality control pada Sub Divisi Painting terhadap Tingkat Kerusakan Hasil Produksi*,

Jurnal Ilmiah kesatuan, Vol 7 No 1, 2005
<http://www.sadakoffie.com/apa-itu-sertifikasi-fair-trade/>, di Akses Pada Tanggal 13 Oktober 2018.
<https://harumanw.wordpress.com/2012/03/12/azas-azas-transaksi-dalam-ekonomi-islam/> di akses hari rabu tanggal 20 jam 13.30 WIB.
<http://repository.ut.ac.id/4792/1/EKMA4265-M1.pdf>, diakses pada tanggal 30 Januari 2019.

