

Mekanisme_penjualan_produk_ Miti.pdf

by

Submission date: 03-May-2023 01:10PM (UTC+0700)

Submission ID: 2082837668

File name: Mekanisme_penjualan_produk_Miti.pdf (318.91K)

Word count: 5144

Character count: 32095

MEKANISME PENJUALAN PRODUK TANPA LABEL KADALUWARSA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Miti Yarmunida, Eni Darmiati

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu

Email: miti_yarmunida@iainbengkulu.ac.id

Abstract : *The purpose of this study is to describe the perspective of Islamic economics about the mechanism of selling products without an expiration date on the Home Industry Bread Hidayah in the Edge of the City of Bengkulu Hybrids. This study uses descriptive qualitative methods, data collection techniques by means of literature studies and interviews. Data analysis starts with a data reduction display and conclusion. This study concludes that the practice of selling products without an expiry date conducted by the owner of the home industry Roti Hidayah in the Edge of the City of Bengkulu Hybrids has not applied the principle of justice to consumers, namely by not including the expiration date of its business products.*

Keywords: *Sales Mechanism, Islamic Economy, expiration*

Abstrak : *Tujuan penelitian adalah menguraikan perspektif Ekonomi Islam tentang mekanisme penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa pada Home Industri Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data dengan cara studi literature dan wawancara. Analisis data mulai dari reduksi data, display dan kesimpulan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktek penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa yang dilakukan oleh pemilik home industri Roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu belum menerapkan prinsip keadilan kepada konsumen yaitu dengan tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa terhadap produk usahanya.*

Kata kunci : *Mekanisme Penjualan, Ekonomi Islam, kadaluwarsa*

A. PENDAHULUAN

Pada prinsipnya produksi dalam Islam harus memperhatikan kemaslahatan, keseimbangan, kelestarian, dan kesetaraan manusia. Islam sangat memperhatikan keadilan dalam bermuamalah termasuk dalam produksi.¹ Salah satu hadis Rasulullah saw terkait dengan hal ini yang diriwayatkan oleh Muslim berikut; Dalam sebuah hadits, Rasulullah SAW memberikan janji kebahagiaan kepada orang yang berlaku adil dalam sabdanya yang diriwayatkan dari Abdullah bin Umar ra “ *Sesungguhnya orang-orang yang berlaku adil akan berada diatas punggung yang terbuat dari cahaya disebelah kanan Allah azza wa jalla dan kedua sisinya dalam keadaan baik, yaitu orang-orang yang berlaku adil dalam hukum, dalam keluarga dan dalam melaksanakan tugas yang diberikan kepada mereka*”. (HR. Muslim).

Berdasarkan hadis tersebut perbuatan adil dalam segala aspek kehidupan akan menjadikan orang yang melakukannya berada di posisi yang mulia di sisi Allah swt. Begitu juga dalam melakukan usaha produksi, seorang produsen harus berlaku adil antara dirinya

dengan konsumen sebagai pengguna dari benda yang diproduksinya.

Kegiatan memproduksi sesuatu dalam Ekonomi Islam tujuannya tidak hanya untuk dikonsumsi sendiri atau dijual di pasar, lebih mulia dari itu bahwa setiap kegiatan produksi harus mewujudkan fungsi sosial dan *ta'abbud ilallah*. Adanya keyakinan bahwa Allah SWT si pemilik absolut setiap apa yang ada di dunia ini Sehingga terwujudlah kemaslahatan individu dan masyarakat.²

Salah satu usaha produksi yang sangat rentan dan sering terabaikan aspek keadilannya adalah produksi makanan ringan yang diproduksi oleh usaha mandiri atau yang lebih dikenal dengan home industri yang banyak diperjualbelikan atau dipasarkan di warung-warung maupun pasar-pasar. Sebagian besar produk tersebut tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa. Masa kadaluwarsa suatu produk makanan yang mencantumkan berupa tanggal, bulan dan tahun, dicantumkan pada label kemasan yang tujuannya memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk yang akan dikonsumsi. Dengan mencantumkan tanggal kadaluwarsa pada produk makanan maka konsumen akan memperoleh informasi yang jelas dari keamanan produk.

Label merupakan syarat utama pada sebuah produk, dengan adanya label konsumen secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli atau mengonsumsi produk makanan ringan dengan tidak adanya informasi yang jelas pada kemasan maka kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat terjadi. Bagi pelaku usaha atau produsen, maka perlu menyadari bahwa kelangsungan hidup usahanya tergantung pada konsumen. Untuk itu mereka mempunyai kewajiban untuk memproduksi barang dan jasa sebaik dan seaman mungkin dan berusaha untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Pada home industri roti ini setiap harinya selalu diburu oleh masyarakat, makanan ringan yang diproduksi oleh home industri yang selalu diminati dengan alasan sesuai dengan selera lidah mereka. Selain sesuai dengan selera lidah mereka, makanan ringan ini pun mudah didapatkan karena pemasaran yang dilakukan produsen tidak ada henti-hentinya di setiap warung-warung dan pasar-pasar. Murah meriahpun menjadi alasan mereka pula, yang dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat tanpa mereka ketahui sebagian besar dari produk tersebut tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa pada produknya.

Salah satu hasil produksi adalah *Al-Ath'imah* (makanan) bentuk jamak dari kata *tha'am* yang berarti *math'um*, sesuatu yang dimakan. Adapun yang dimaksud dengan makanan yang haram dan yang halal adalah merujuk pada zatnya (sustansinya).³ Menurut keputusan Dirjen POM No. 02591/B/SK/VIII/1991 tentang makanan kadaluwarsa bahwa makanan kadaluwarsa adalah makanan yang telah lewat tanggal kadaluwarsa. Sedangkan tanggal kadaluwarsa adalah batas akhir suatu makanan dijamin mutunya sepanjang penyimpanannya mengikuti petunjuk yang diberikan oleh produsen.

Kajian tentang produk tanpa label kadaluwarsa sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, mayoritas pembahasan yang sudah dilakukan adalah tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dan sanksi terhadap pelaku usaha yang tidak mencantumkan

²Riyani Fitri Lubis, "Wawasan ayat-ayat al-Qur'an dan Hadis tentang Produksi", *Jurnal Al-Intaj*, Vol.III No.1, 2017, hlm. 138

³Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: Amzah, 2017), hlm. 463

tanggal kadaluarsa pada kemasan produk.⁴ ada juga penelitian yang membahas tentang Kewajiban mencantumkan label kadaluarsa pada produk⁵ serta peran lembaga terkait dalam menertibkan produsen agar mencantumkan tanggal kadaluarsa pada produknya.⁶ Belum ada kajian yang membahas mekanisme penjualan produk tanpa label kadaluarsa perspektif Ekonomi Islam.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti menelusuri fakta yang terjadi dilokasi penelitian kemudian mendeskripsikannya dalam bentuk uraian kalimat yang terdiri dari pragraf-paragraf. Data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer yang bersumber dari informan penelitian digali dengan teknik observasi, wawancara terbuka dengan informan penelitian, yang kedua data sekunder yang bersumber dari dokumen dan literatur yang terkait dengan penelitian ini.

Informan penelitian dalam penelitian adalah ibu Eni Hidayati dan bapak Sukarmo serta tiga orang karyawan yang ada di home industri roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, studi literatur dan dokumentasi. Dengan menggunakan panduan wawancara yang telah disiapkan untuk menggali beberapa informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Analisis data pada penelitian ini dilakukan mulai dari pengumpulan data, pengkodean, penyajian data dan pengambilan kesimpulan, dengan cara deduktif.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Mekanisme Penjualan Produk Tanpa Tanggal Kadaluarsa Pada Home Industri Roti Hidayah

Mekanisme merupakan tata cara yang disusun sedemikian rupa sehingga tidak menimbulkan benturan dalam pelaksanaannya. Sedangkan penjualan dapat didefinisikan sebagai program yang terdiri atas berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang atau produk dari perusahaan kepada konsumen. Dengan adanya penjualan maka dapat menciptakan suatu proses pertukaran barang atau produk antara penjual dan pembeli.⁷

Berdasarkan hasil penelitian selama di lapangan, maka penulis akan menjabarkan beberapa hasil penelitian tersebut untuk menjawab permasalahan yang diambil, hasil penelitian tersebut sebagai berikut.

a. Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eni, pemasaran merupakan suatu hal yang

⁴Putu Bella Mania Madia dan Ida Bagus Putra Atmadja, "Perlindungan hukum bagi konsumen yang menggunakan kosmetik tanpa pencantuman tanggal kadaluarsa", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. VII No. 12, 2019, hlm.1

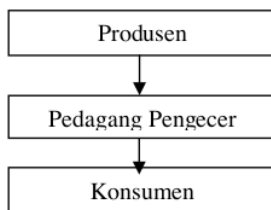
⁵Yulia Susanti dkk, "Pencantuman Informasi Pada Label Produk Kosmetik Oleh Pelaku Usaha dikaitkan dengan Hak Konsumen", *Law Journal*, Vol. II No. 1, 2018, hlm. 113

⁶I Putu Dika Pratama Putra, "Pelaksanaan Kewajiban Pencantuman Tanggal Kadaluarsa Produk Makanan Rumahan di Obyek Wisata Pura Tirta Empul, Tampaksiring, Gianyar", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. VIII No. 1, 2019, hlm. 1

⁷Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Erlangga, 2012), hlm. 26

penting dalam sebuah kegiatan usaha. Semua kegiatan yang bertujuan pemasaran yang dilakukan oleh home industri roti Hidayah ini untuk menciptakan suatu produk yang dapat diterima oleh konsumen ataupun masyarakat dengan baik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.⁸

Penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa yang dilakukan oleh pemilik home industri Roti Hidayah Hibrida Ujung Kota Bengkulu dengan cara jual beli tidak langsung atau melalui perantara, dengan cara menitipkan roti di warung-warung yang telah melakukan kesepakatan dengan pemilik home industri roti Hidayah. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini.⁹



Gambar 1. Saluran Pemasaran Home Industri Roti Hidayah

Dengan demikian home industri roti Hidayah memasarkan produknya ke pedagang pengecer terlebih dahulu yaitu warung dan toko manisan yang akan menjual kembali produk roti yang produsen titipkan dan kemudian dijual ke konsumen akhir atau pembeli yang akan mengkonsumsi roti untuk tujuan memenuhi keperluan pribadi dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

b. Produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sukarmo, home industri ini memproduksi beberapa jenis roti diantaranya roti manis, roti santapan dan roti tawar. Dan juga home industri roti Hidayah telah menambah varian rasa roti yang baru.

Bapak Sukarmo mengatakan bahwa: “Ada beberapa jenis roti yang dipasarkan yakni roti tawar, roti santapan dan roti manis. Adapun untuk varian rasa roti manis yaitu ada rasa coklat, kelapa dan stroberi.”¹⁰

Dan dalam menentukan produk roti yang akan dipasarkan Bapak Sukarmo memaparkan bahwa: “Disini saya mengutamakan kualitas produk yang saya pasarkan, seperti saya selalu melakukan pengecekan terhadap bahan baku pembuatan roti yang digunakan dalam membuat adonan sebelum dicampurkan, melakukan tester dengan hasil roti yang sudah dibuat dan memastikan konsumen mendapat roti yang layak untuk di konsumsi.”¹¹

Selanjutnya, dalam sebuah produk (roti) terdapat kemasan atau bungkus pelindung produk tersebut. Dari kemasan ini dapat diketahui informasi mengenai produk (roti) yang dijual, dengan demikian produk dapat dipasarkan. Maka sangatlah penting untuk membahas cara pengemasan yang dilakukan oleh home industri roti Hidayah. Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk didistribusikan, disimpan, dijual dan dipakai. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah

⁸Eni Hidayati, Wawancara, 22 Oktober 2019

⁹Eni Hidayati, Wawancara, 22 Oktober 2019

¹⁰Sukarmo, Wawancara, 18 Oktober 2019

¹¹Sukarmo, wawancara, 18 Oktober 2019

atau mengurangi kerusakan dan melindungi dari bahaya pencemaran.¹²

Dari segi promosi, wadah atau pembungkus berfungsi sebagai perangsang atau daya tarik pembeli. Karena itu bentuk, warna dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan dalam perencanaannya. Di bawah ini sekilas pemaparkan Bapak Sukarmo mengenai cara pengemasan yang selalu dilakukan oleh home industri roti Hidayah.

c. Harga

Bapak Sukarmo mengatakan bahwa:

“Kami memiliki cara pengemasan sendiri. Yakni dengan cara sablon plastik manual, langkah yang pertama yaitu membuat pola gambar yang akan dicetak dengan menggunakan corel draw yang nantinya menjadi gambar yang nempel di plastik. Langkah selanjutnya, mengeringkan kertas yang sudah di print dan jika sudah benar-benar kering maka sudah siap di sablon di atas plastik kemasan roti. Dan untuk informasi yang tercantum dalam setiap kemasan berupa merek roti, komposisi, alamat dan varian rasa.”¹³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eni, dalam menentukan suatu harga pada setiap roti Hidayah hanya dilakukan oleh pemilik usaha itu sendiri dan lebih rincinya diuraikan sebagai berikut:

“Penetapan harga yang saya lakukan biasanya berdasarkan pada ukuran roti. Jika roti yang berukuran kecil seperti rasa coklat, kelapa dan stroberi biasanya saya jual dengan harga Rp 1.000,- dan untuk roti tawar biasanya saya jual dengan harga Rp 12.000,- dan roti santapan yang berukuran besar saya jual dengan harga Rp 7.000,-. Harga itu sudah ditentukan oleh saya atas kesepakatan dengan bapak Sukarmo.”¹⁴

Dapat dijabarkan bahwa, produk roti yang ditawarkan oleh home industri roti Hidayah telah menjual dengan harga yang wajar sesuai dengan roti-roti pada umumnya. Dalam penetapan harga yang dilakukan oleh home industri roti Hidayah ini, harga yang ditetapkan merupakan harga yang disesuaikan dengan kualitas produknya, sehingga harga tersebut memberikan kepuasan pada konsumen.

d. Tempat/Distribusi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dicky, home industri roti Hidayah mempunyai beberapa tempat atau wilayah pemasaran yang di jangkau oleh usaha ini, yaitu Kota Bengkulu, Manna, Tais, Kepahyang dan Curup.

e. Promosi

Dicky mengatakan bahwa: “Pengiriman yang kami lakukan menjangkau ke daerah yang cukup jauh yakni ke curup, kepahiang, tais, manna, kota bengkulu dan sekitar Bengkulu Selatan. Dengan wilayah yang cukup jauh itu maka kami menggunakan alat transportasi yang cepat dan aman yakni dengan menggunakan dua unit mobil.”¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sukarmo yang dilakukan penulis terkait dengan promosi yang dilakukan oleh home industri roti Hidayah yakni melalui promosi dari mulut ke mulut. Bapak Sukarmo mengatakan bahwa: “Saya selaku pemilik usaha selalu memasarkan dengan cara promosi dari mulut ke mulut dan dari warung ke warung. Dan cara

¹²Eni Hidayati, *Wawancara*, 10 Oktober 2019

¹³Sukarmo, *Wawancara*, 18 Oktober 2019

¹⁴Eni Hidayati, *Wawancara*, 10 Oktober 2019

¹⁵Dicky, *Wawancara*, 14 Oktober 2019

tersebut cukup efektif dalam menjalankan usaha home industri roti Hidayah ini.”¹⁶

f. Produksi

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Selain itu produksi dikatakan juga sebagai suatu kegiatan yang menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya. Produksi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk mencapai kemakmuran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eni yang dilakukan penulis terkait dengan produksi yang dilakukan oleh home industri roti Hidayah, di dalam kegiatan produksi pemilik usaha sudah menentukan sebanyak 50 Kg bahan baku dalam satu kali memproduksi untuk semuanya jenis roti dan roti-roti tersebut dapat langsung pasarkan ke warung-warung.

Ibu Eni mengatakan bahwa: “Dalam satu kali produksi kami mampu membuat sebanyak 50 Kg bahan baku utama untuk semua jenis roti yang kami pasarkan dan semuanya bisa langsung dipasarkan ke warung-warung.”¹⁷

g. Pendistribusian

Pendistribusian berasal dari kata distribusi. Distribusi dapat dikatakan sebagai proses, kegiatan yang berupa pemindahan barang dari pabrik perusahaan menuju tangan konsumen atau pengguna. Sedangkan pendistribusian merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar serta mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan.

Dalam hal pendistribusian, home industri Roti Hidayah dapat melakukannya dalam jangka waktu satu hari dengan perencanaan yang telah disiapkan sebelumnya. Andre mengatakan bahwa: “Untuk waktu yang dibutuhkan dalam mengirim produk ini ke warung-warung ialah satu hari. Dan dalam waktu satu hari itu semua produk harus sudah berada di warung untuk memenuhi permintaan konsumen.”¹⁸

Produk roti yang dipasarkan oleh home industri roti Hidayah dilakukan dengan empat kali pengiriman dalam jangka waktu satu minggu. Andre memaparkan bahwa: “Dalam satu minggu kami melakukan empat kali pengiriman. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan waktu simpan dan waktu penarikan produk roti agar pada tanggal kadaluwarsanya roti tidak sampai ke tangan konsumen.”¹⁹

Selanjutnya Ibu Eni memaparkan bahwa: “Setelah pengiriman selesai, roti yang sudah ada di warung-warung memiliki ketahanan masa konsumsi selama tujuh hari ke depan. Akan tetapi jika ada roti yang tidak terjual dalam kurun waktu satu minggu maka kami akan mengambil kembali roti tersebut.”²⁰

Dilihat dalam hal penjualan Ibu Eni menjelaskan bahwa: “Iya, saya hanya membatasi pada warung-warung kecil saja karena lebih mudah dalam urusan membuat perjanjian atau kesepakatan. Untuk perjanjian yang saya lakukan dengan pihak warung yakni dengan membayar sebesar Rp25.000,- untuk roti sekian buah setiap kali penitipan.”²¹

¹⁶Sukarmo, *Wawancara*, 18 Oktober 2019

¹⁷Eni Hidayati, *Wawancara*, 22 Oktober 2019

¹⁸Andre, *Wawancara*, 14 Oktober 2019

¹⁹Andre, *Wawancara*, 14 Oktober 2019

²⁰Eni Hidayati, *Wawancara*, 27 Oktober 2019

²¹Eni Hidayati, *Wawancara*, 27 Oktober 2019

Dalam hal pemasaran selalu dilakukan suatu evaluasi agar pelaku usaha mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan yang telah di capai oleh pemilik usaha. Pemilik usaha memaparkan ada sistem evaluasi yang diterapkan pada usahanya. Ibu Eni mengatakan bahwa: "Iya, ada. Akan tetapi tidak selalu melakukan evaluasi dengan kata lain kami hanya melakukan evaluasi jika ada konsumen yang komplain misalnya mengenai tekstur roti dan pendistribusian roti. Dan evaluasi yang kami lakukan yakni dengan cara memeriksa kembali takaran bahan baku yang digunakan dalam pembuatan roti."²²

2. Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Penjualan Produk Tanpa Tanggal Kadaluwarsa

Ekonomi Islam menurut Abdul Mun'in al- Jamal adalah kumpulan dasar-dasar umum tentang ekonomi yang digali dari Al-Qur'an dan as-Sunnah. Hampir senada dengan definisi ini, Muhammad Abdul Manan berpendapat, *Islamic Economics is a social sciens with studies the economic problems of a people imbued with the values of Islami*. Ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Hasanuzzaman, mendefinisikan ekonomi Islam adalah pengetahuan dan aplikasi dari ajaran dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh sumber-sumber daya material memenuhi kebutuhan manusia yang memungkinkan untuk melaksanakan kewajiban kepada Allah dan masyarakat.

Jadi, ekonomi Islam merupakan ilmu ekonomi yang diturunkan dari ajaran Al-Qur'an dan Sunnah. Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai falah berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Al-Qur'an dan Sunnah.

Selain itu, ekonomi dalam kacamata Islam merupakan tuntutan kehidupan sekaligus anjuran yang memiliki dimensi ibadah yang teraplikasi dalam etika dan moral syariah Islam. Dalam pemasaran Islam ada beberapa poin khusus yang tidak bisa kita temukan didalam ekonomi konvensional, yaitu tidak berlaku curang, harus berlaku adil terhadap konsumen atau competitor, tidak boleh saling menzolimi,

Pada pemasaran Islam *tadlis*²³ tidak boleh dilakukan atau sangatlah dilarang, seperti penipuan menyangkut kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan barang :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"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

²²Eni Hiyyati, Wawancara, 27 Oktober 2019

²³*Tadlis* adalah salah satu bentuk penipuan dalam berdagang, merupakan bentuk ketidakjujuran seorang pedagang dalam menjalankan usahanya. *Tadlis* ini bisa terjadi dalam empat hal, yakni, kuantitas (jumlah), kualitas (mutu), harga, dan waktu penyerahan. *Tadlis* dalam kuantitas adalah seperti pedagang yang mengurangi takaran (timbangan) barang yang dijualnya. Beras yang ditimbang mestinya 1 kg ternyata tidak sampai 1 kg. *Tadlis* dalam kualitas adalah seperti penjual yang menyembunyikan cacat barang yang ditawarkannya. Misalnya pedagang buah yang menyembunyikan sebagian buahnya yang kurang bagus dan dicampur dengan yang bagus supaya cepat terjual. Penjual buku yang cacat tapi dibilang bagus, dan lain-lain. *Tadlis* dalam harga contohnya adalah memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar dengan menaikkan harga produk di atas harga pasar. Misalnya taksi yang menawarkan jasanya kepada turis asing dengan menaikkan harga di atas harga normal. Nasron Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Grafindo, 1999), hlm. 78

adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa : 29)

Dalam Q.S. An-Nisa: 29 dijelaskan bahwa kita tidak boleh saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil. Perniagaan yang diperbolehkan adalah perniagaan yang terjadi atas dasar saling suka (saling rela). Kerelaan akan muncul pada masing-masing pihak jika sama pemahaman, sama pengetahuan terhadap produk yang dijadikan objek perniagaan. Ayat ini mengingatkan kita agar selalu berperilaku yang jujur serta adil dalam melakukan perniagaan, tidak boleh melakukan hal-hal yang dilarang dan yang mendatangkan kemudhoratan.

Perniagaan atau penjualan dapat didefinisikan sebagai program yang terdiri atas berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang atau produk dari perusahaan kepada konsumen. Sehingga penggunaan sesuai yang diperlukan. Penjualan juga merupakan salah satu kegiatan pemasaran. Karena dengan adanya penjualan dapat menciptakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.

Seorang pedagang harus berlaku jujur, menjelaskan cacat barang dagangan yang ia ketahui, yang tidak terlihat oleh pembeli. Demikian halnya dengan kualitas produk harus sesuai dengan apa yang disampaikan produsen baik melalui informasi atau promosi. Suatu hal yang perlu diperhatikan ialah bagaimana hebatnya biaya promosi, jika tidak diikuti dengan produk yang bermutu dan kondisi yang ada adalah kedustaan, maka pemasaran tidak akan berhasil.²⁴

Dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh penulis kepada pemilik usaha, maka selanjutnya penulis melakukan analisis terhadap hasil penelitian mekanisme penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa pada home industri roti Hidayah ditinjau dari prinsip-prinsip pemasaran dalam Islam yang meliputi:

a. Berlaku adil

Berlaku adil adalah hal yang harus dimiliki seorang pengusaha dalam memasarkan barang atau produknya. Jika seorang pemimpin tidak mampu menciptakan keadilan dalam sebuah bisnis dan untuk sukses dunia akhirat menurut Islam seorang pemimpin harus mampu bertindak secara adil dan bijaksana.

Dalam Islam berlaku adil sangatlah dianjurkan bahkan ada beberapa ayat Al-Qur'an yang menjelaskan mengenai adil. Salah satunya dalam surat An-Nahl: 90

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِي ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, member bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (Qs. An-Nahl: 90)

فَإِنْ فَاءَتْ فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا بِالْعَدْلِ وَأَقْسِطُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ

“... dan berlakulah adil. Sungguh, Allah mencintai orang-orang yang berlaku adil.” (Qs. Al-Hujurat: 9)

²⁴Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang : UIN Maliki Press, 2011), hlm. 212

¹¹ Dengan berlaku adil tentunya membawa ketenangan batin bagi penjual dan kepuasan bagi pembeli. Secara tidak langsung pemasaran yang adil akan memberikan pengaruh positif bagi penjual, karena pembeli yang mendapatkan kepuasan tentunya akan membeli barang tersebut atau bahkan barang lainnya dari penjual (loyalitas).

Dari hasil observasi dan wawancara penulis dengan pemilik home industri roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, maka dapat penulis paparkan bahwa: pemilik usaha selalu bersikap adil terhadap pedagang pengecer (warung) terlihat dari setiap perjanjian yang dibuat oleh pemilik usaha dengan pihak warung yang menyamakan semua harga biaya penitipan tidak dikurang atau ditambah. Namun, pemilik usaha belum berlaku adil kepada pembeli dikarenakan produk yang dipasarkan tidak mencantumkan informasi yang jelas mengenai produk roti tersebut padahal pembeli atau konsumen berhak mendapat informasi tersebut.

b. Tanggapan terhadap perubahan

Pandai dalam melakukan perubahan adalah tindakan yang harus dilakukan oleh seorang pebisnis. Bahkan dalam suatu aturan ekonomi syariah hal ini harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Seorang pebisnis harus mampu menanggapi adanya suatu perubahan zaman, sehingga mereka dapat mengikuti perkembangan pasar bisnis tanpa melanggar aturan yang sudah ditetapkan.

Dari hasil wawancara penulis dengan pemilik home industri roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, maka dapat penulis uraikan bahwa: pemilik usaha roti Hidayah telah melakukan perubahan dalam hal kemasan yang semula hanya dengan plastik saja namun sekarang plastik tersebut terdapat tulisan yang berisi informasi mengenai produk roti dan penambahan varian rasa menjadi tiga varian rasa yang diantaranya coklat, stroberi dan kelapa dengan mengikuti selera konsumen yang terus bertambah.

c. Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga

Pada konsep pemasaran Islami, tidak diperbolehkan menjual barang yang jelek dengan harga yang tinggi. Hal ini dikarenakan pemasaran Islami merupakan pemasaran yang fair dimana harga sesuai dengan produk/barang. Dari hasil wawancara penulis dengan pemilik home industri roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, maka dapat penulis deskripsikan bahwa: dalam menentukan harga pemilik usaha roti. Hidayah telah sesuai dengan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan roti terlihat dari roti yang dihasilkan. Namun, home industri roti Hidayah belum berbuat yang terbaik dari sisi produk disebabkan dalam satu produk roti terdapat kemasan yang memuat label dari roti tersebut. Dalam pemberian label home industri roti Hidayah tidak mencantumkan label halal dan tanggal kadaluwarsa terhadap produk usahanya.

Dengan memberikan label halal dan tanggal kadaluwarsa tidak hanya menguntungkan bagi konsumen tetapi juga produsen dan dengan adanya label halal dan tanggal kadaluwarsa maka akan dapat meningkatkan penjualan. Adanya label halal dan tanggal kadaluwarsa pada suatu produk akan memberikan kepercayaan terhadap para konsumen serta adanya label halal dan tanggal kadaluwarsa yang dimiliki, konsumen juga akan lebih merasa aman dalam mengonsumsi produk yang dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, pemberian label halal dan tanggal kadaluwarsa pada suatu produk sangat penting karena di Indonesia mayoritas berasal dari kalangan muslim yang sebelum memproduksi

barang atau produk cenderung memperhatikan label halal dan tanggal kadaluwarsa pada produk yang dikonsumsinya.

d. Relasi sama rela dan adanya hak khiyar pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi).

Dalam membangun sebuah bisnis, memasarkan suatu barang menjadi hal yang utama. Membangun hubungan dengan pelanggan adalah hal yang harus dilakukan oleh pebisnis, dan di dalam Islam sudah diajarkan bahwa pembeli adalah raja. Oleh sebab itu, seorang pebisnis harus mampu memasarkan dan memberikan tanggapan kepada pelanggan dengan cara yang baik dan benar.

Pada prinsip ini, penjual yang mendapatkan pelanggan haruslah memelihara hubungan yang baik dengan mereka. Dan pastikan pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga pelanggan menjadi lebih royal. Dengan arti lain *keep the customer*, namun *keep the customer saja tidaklah cukup, perlu pula grow the customer yaitu value* yang diberikan kepada pelanggan perlu ditingkatkan sehingga dengan bertambahnya pelayanan, pelanggan juga akan mengikuti pertambahan tersebut.

Dari hasil wawancara penulis dengan pemilik home industri roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, maka dapat penulis jabarkan bahwa: pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha telah sesuai dengan prinsip ini dapat dilihat dari percakapan pemilik usaha dengan pedagang pengecer maupun kepada konsumen yang melayani dengan senyuman dan ramah.

e. Tidak curang

Sebagai umat muslim kita diajarkan untuk jujur atau tidak curang dalam memberikan keterangan suatu barang, baik dari kualitas dan kuantitasnya. Hal ini harus diperhatikan agar tidak terjebak dalam kesalahan jual beli terlarang dalam Islam yang akan membuat usaha itu menjadi bangkrut. Oleh sebab itu, berikan harga yang sesuai dengan kualitas dan kuantitasnya.

Seorang pebisnis wajib berlaku jujur dalam menjalankan usahanya. Jujur dalam pengertian yang lebih luas yaitu tidak berbohong, tidak menipu, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas berdosa, jika biasa dilakukan dalam melakukan bisnis juga akan membawa pengaruh negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga pebisnis itu sendiri.

Berlaku jujur dalam menjalankan bisnis sudah jelas dipraktekkan oleh Nabi Muhammad SAW ketika beliau berdagang. Ia melakukan pekerjaannya tersebut dengan penuh kejujuran dan keadilan, beliau juga tidak memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mengeluh. Adapun kejujuran merupakan sifat terpuji yang harus melekat dalam kepribadian seorang muslim. Fenomena kehidupan saat ini secara nasional memperlihatkan kejujuran semakin dijauhi masyarakat. Dalam kaitannya dengan kegiatan ekonomi, perintah mempertahankan nilai-nilai kejujuran ditegaskan Allah dalam surah Al-Muthafifin ayat 1-3 yaitu:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ۱ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ ۲ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝ ۳

“Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang). (Yaitu)

orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan. Dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain) mereka mengurangi.” (Qs. Al-Muthafifin(83): 1-3).

Perintah bersikap jujur dalam menjalankan aktivitas ekonomi tentu saja mengandung kemaslahatan dan hikmah, yaitu menghindari seseorang memakan harta orang lain, memberikan keberkahan hidup dan usaha yang dijalankan, serta menciptakan kenyamanan bagi masyarakat secara umum.

Dari hasil observasi dan wawancara penulis dengan pemilik home industri roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, maka dapat penulis paparkan bahwa: pemilik usaha telah menerapkan prinsip jujur atau tidak berlaku curang dalam menjalankan usahanya terlihat dalam komposisi yang tercantum dalam kemasan produk roti yang mencantumkan bahan baku dalam pembuatan roti serta pemilik usaha tidak mengurangi takaran atau timbangan dalam setiap produk yang dijual oleh home industri roti Hidayah.

f. Berorientasi pada kualitas

Sebagai produsen harus bisa memberikan yang terbaik pada pelanggan. Salah satu cara yang bisa dilakukan demi menjaga hubungan dengan pelanggan, yakni dengan menjaga kualitas dari barang/produk tersebut. Dan sebagai seorang pemasar yang baik, tentu harus memberikan spesifikasi barang yang sesuai dengan kualitasnya. Oleh sebab itu, menjaga kualitas barang harus dilakukan dalam bisnis. Tugas seorang marketer adalah selalu meningkatkan CQD agar tidak kehilangan pelanggan. CQD yang dimaksud adalah cost, quality dan delivery.

Dari hasil wawancara penulis dengan pemilik home industri roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, maka dapat penulis uraikan bahwa: roti yang diproduksi oleh home industri roti Hidayah sangat mementingkan kualitas produk mereka dapat dilihat dalam setiap produksi pemilik usaha selalu melakukan pengecekan roti sebelum dipasarkan. Hal ini sejalan dengan pemasaran dalam ekonomi Islam, karena dalam Islam tidak hanya keuntungan semata dicari tetapi juga masalah untuk umat atau disini untuk konsumen.

Mekanisme pemasaran produk yang sudah dilakukan oleh home industri Roti Hidayah Kota Bengkulu untuk melindungi hak konsumen dengan menarik produk sebelum masa kadaluarsa belum bisa menjamin produk tersebut tidak akan dikonsumsi oleh konsumen, oleh karena itu, untuk memastikan produk tidak dikonsumsi oleh konsumen di luar masa berlakunya adalah dengan mencantumkan label masa aman konsumsi (tanggal kadaluarsa). Hal ini sejalan dengan prinsip ekonomi Islam terutama dalam konsep adil antara produsen dan konsumen.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian lapangan dan pembahasan yang dilakukan terkait mekanisme penjualan produk tanpa tanggal kadaluarsa pada home industri roti Hidayah dalam perspektif ekonomi Islam, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktek penjualan produk tanpa tanggal kadaluarsa yang dilakukan oleh pemilik home industri roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu yakni dengan cara penjualan tidak langsung atau melalui perantara dengan cara menitipkan roti di warung-warung.

2. Praktek penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa pada home industri roti Hidayah ditinjau dari prinsip-prinsip pemasaran dalam Islam, diantaranya: (a) pemilik usaha selalu bersikap adil terhadap pihak warung. Namun, pemilik usaha belum berlaku adil kepada pembeli dikarenakan produk yang dipasarkan tidak mencantumkan informasi yang jelas (b) pemilik usaha roti Hidayah telah melakukan perubahan dalam hal kemasan. (c) dalam menentukan harga pemilik usaha roti Hidayah telah sesuai dengan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan roti terlihat dari roti yang dihasilkan. Namun, home industri roti Hidayah belum berbuat yang terbaik dari sisi produk karena dalam pemberian label home industri roti Hidayah tidak mencantumkan label halal dan tanggal kadaluwarsa terhadap produk usahanya. (d) pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha telah sesuai dengan prinsip rela sama rela dapat dilihat dari percakapan pemilik usaha dengan pedagang pengecer maupun kepada konsumen yang melayani dengan senyuman dan ramah. (e) pemilik usaha telah menerapkan prinsip jujur atau tidak berlaku curang dalam menjalankan usahanya terlihat dalam komposisi, (f) roti yang diproduksi oleh home industri roti Hidayah sangat mementingkan kualitas produk mereka dapat dilihat dalam setiap produksi pemilik usaha selalu melakukan pengecekan roti sebelum dipasarkan.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mansyur M. 2007. *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen, Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*. Jogjakarta: Genta Press
- Atom, Pricilla Natalia. 2014. "Perlindungan Terhadap Konsumen Bahan Makanan dan Minuman Kadaluwarsa Di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur". *Jurnal Ilmiah Universitas Atma Jaya: Yogyakarta*
- Azzam. Abdul Aziz Muhammad. 2017. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: Amzah
- Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Kanisius
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group
- Harbuko, Cholid. Acmad. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Departemen Pendidikan Indonesia. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Diana, Ifi Nur. 2011. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Malang: UIN Maliki Press
- Faisal, Sanapiah. 2005. *Format-Format Penelitian Sosial, Dasar-Dasar Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Fajar Interpretama Mandiri.
- Gymnasiar, Abdullah. Hermawan Kertajaya. 2004. *Berbisnis Dengan Hati*. Jakarta: Mark Plus
- Kim, Lukman. 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Khotimah, Martina Khusnul. 2019. "Implementasi Prinsip Produksi Ekonomi Islam pada Mebel Ira Bersaudara", *Jurnal Al-Intaj, Vol. V No. 1*
- Lubis, Riyani Fitri. 2017. Wawasan ayat-ayat al-Qur'an dan Hadis tentang Produksi, *Jurnal Intaj Vol.III No.1*
- Madia, Putu Bella Mania, Ida Bagus Putra Atmadja. 2019. "Perlindungan hukum bagi konsumen yang menggunakan kosmetik tanpa pencantuman tanggal kadaluarsa". *Jurnal Kertha Semaya, Vol. VII No. 12*
- Susanti, Yulia dkk. 2018. Pencantuman Informasi Pada Label Produk Kosmetik Oleh Pelaku

Usaha dikaitkan dengan Hak Konsumen, *Law Journal, Vol. II No. 1*
Putra, I Putu Dika Pratama. 2019. "Pelaksanaan Kewajiban Pencantuman Tanggal Kadaluaarsa
Produk Makanan Rumahan di Obyek Wisata Pura Tirta Empul, Tampaksiring,
Gianyar". *Jurnal Kertha Semaya, Vol. VIII No. 1*

Mekanisme_penjualan_produk_Miti.pdf

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	e-journal.iai-al-azhaar.ac.id Internet Source	1%
2	onlinelearning.uhamka.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Sogang University Student Paper	1%
4	artiqy.blogspot.com Internet Source	1%
5	journal.bungabangsacirebon.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.ums.ac.id Internet Source	1%
7	eprints.dinus.ac.id Internet Source	1%
8	repository.stainparepare.ac.id Internet Source	1%
9	skripsi-konsultasi.blogspot.com Internet Source	1%

10	bacabse.blogspot.com Internet Source	1 %
11	definisiwirausahamenurutahli.blogspot.com Internet Source	1 %
12	ejournal.iaiskjmalang.ac.id Internet Source	1 %
13	jurnal.untan.ac.id Internet Source	1 %
14	ejournal.unitomo.ac.id Internet Source	1 %
15	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	1 %
16	etd.umy.ac.id Internet Source	1 %
17	ocs.unud.ac.id Internet Source	1 %
18	catatanmetalsa.blogspot.com Internet Source	1 %
19	Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper	1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

