

BAB I

PENDAHULUAN

“Apakah mereka tidak berpikir tentang (kejadian) dirinya? Allah tidak menciptakan langit, bumi, dan apa yang ada di antara keduanya, kecuali dengan benar dan waktu yang ditentukan. Sesungguhnya banyak di antara manusia benar-benar mengingkari pertemuan dengan Tuhannya.”

(QS. Ar-Rūm [30]:8)

Ayat ini menegaskan bahwa Allah SWT menciptakan langit dan bumi beserta seluruh isinya dengan penuh kebijaksanaan serta memiliki maksud dan tujuan yang jelas. Semua ciptaan-Nya berdasarkan pada kebenaran yang diatur oleh hukum-hukum yang rapi dan saling harmonis, tanpa adanya pertentangan di antara satu dengan yang lainnya. Alam semesta tidak diciptakan dengan percuma, setiap elemen di dalamnya memiliki tujuan dan makna dalam keberadaannya. Allah SWT juga telah menetapkan batas waktu bagi segala hal, apapun setiap yang ada di alam semesta memiliki masa permulaan dan masa akhirnya. Permulaan dan akhir segala sesuatu ditentukan oleh Allah. Allah mendorong kita untuk selalu berpikir kritis dan tidak hidup secara lalai serta mengingatkan bahwa kehidupan dunia adalah tempat untuk berbuat baik sebagai bekal di akhirat nanti, karena sesungguhnya hanya Allah yang mengetahui akhir dari segala sesuatu yang ada di alam semesta.

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan dunia usaha yang kian pesat memunculkan persaingan yang berat salah satunya pada bidang kuliner. Sejalan dengan perkembangan dunia setiap perusahaan berlomba-lomba untuk mendapatkan laba optimal dan untuk mempertahankan posisi usahanya. Sebuah perusahaan yang baik perlu melakukan pemantauan terhadap aktivitas usahanya. Salah satu cara



untuk mencapai hal tersebut adalah dengan menerapkan sistem pengendalian internal yang efektif. Sistem pengendalian internal mencakup struktur organisasi, metode, dan ukuran-ukuran yang dikoordinasikan guna melindungi aset perusahaan, mengecek keakuratan dan keandalan dari data akuntansi, serta mendorong efisiensi dan penerapan kebijakan manajemen dilaksanakan dengan baik dan benar. (Mulyadi, 2016:129)

Industri kuliner merupakan salah satu sektor bisnis yang terus berkembang dan memiliki peran strategis dalam perekonomian. Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan makanan dan minuman yang berkualitas, perusahaan di bidang kuliner dituntut untuk tidak hanya menawarkan produk yang lezat, tetapi juga memperhatikan kualitas, keamanan, dan inovasi dalam produk yang mereka tawarkan. Selain kualitas makanan dan minuman, penjualan menjadi indikator utama keberhasilan bisnis kuliner, karena mencerminkan seberapa besar perusahaan mampu menarik pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan kuliner harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas produknya. Kualitas produk tidak hanya menentukan kepuasan pelanggan tetapi juga berpengaruh langsung terhadap keberlanjutan bisnis dan reputasi perusahaan. Untuk memastikan kualitas produk yang konsisten, pengendalian internal menjadi salah satu elemen penting yang harus diperhatikan. Kualitas produk adalah kemampuan dari produk untuk memenuhi semua kebutuhan pelanggan sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan. (Lola, 2022)

Persaingan dalam industri kuliner menuntut perusahaan untuk tidak hanya ada kualitas produk saja, tetapi juga pada pengelolaan sistemnya. Penjualan merupakan bagian inti dan sangat penting untuk ngan dan perkembangan sebuah perusahaan. Kemampuan perusahaan



dalam memasarkan produk atau layanannya dengan baik secara tidak langsung menunjukkan seberapa kompetitif daya saing perusahaan tersebut di pasar. (Gunawan, 2023). Untuk memastikan kegiatan penjualan berjalan optimal dan menghasilkan kontribusi maksimal, diperlukan pengendalian internal yang baik.

Agama Islam sebagai agama yang sempurna telah memberikan pedoman bagi umat manusia dalam setiap aspek kehidupannya, termasuk dalam bidang perekonomian. Dengan mematuhi aturan-aturan dalam ajaran Islam, manusia tidak hanya mengejar tujuan material semata, tetapi juga meraih nilai-nilai spiritual yang berkaitan dengan falah (kesejahteraan), atau kesejahteraan. Pencapaian tujuan dari falah sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai etika dalam berbisnis. Dalam aplikasinya pada perusahaan, keadilan harus menjadi landasan utama, yang berarti semua transaksi harus dilakukan secara transparan, jelas, dan bebas dari unsur penipuan. Hal ini akan membuat perusahaan menghindar dari mudarat atau menyebabkan kerugian bagi orang lain. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menerapkan sistem produksi yang transparan, jujur, mengedepankan kualitas produk, serta menetapkan harga yang wajar. Dengan cara ini, perusahaan tidak hanya dapat membangun hubungan positif, tetapi juga memperoleh kepercayaan dari konsumennya. (Arifah, 2019)

Istanbul Kebab Erdogenz Makassar merupakan usaha UMKM yang bergerak dibidang kuliner sudah mulai membuka cabang usaha di berbagai daerah yang berada di Kota Makassar. Tidak hanya terbatas pada satu menu tertentu, Istanbul Kebab Erdogenz Makassar juga menyediakan berbagai pilihan minuman dan juga mulai menghadirkan pilihan menu lainnya seperti burger dan pilihan

ozen bagi pelanggan yang ingin menikmati kebab secara praktis tanpa membuatnya sendiri.



Dalam industri makanan dan minuman, menjaga dan memastikan bahwa produk yang dihasilkan selalu berkualitas sangat penting. Menurut Assauri (2018: 45) kualitas produk mencakup berbagai faktor yang ada dalam suatu barang atau jasa yang menentukan apakah barang atau jasa tersebut memenuhi tujuan penggunaannya. Selain itu, Aspek lain yang penting ialah bagaimana produk yang dibuat selalu terjaga kebersihan dan kesegaran sehingga baik dan layak untuk dikonsumsi. Terdapat satu aspek yang tidak boleh ditinggalkan dalam usaha kuliner yaitu perihal kehalalan produk yang dihasilkan. Makanan halal dan baik merupakan hal yang mutlak bagi umat muslim dan telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah (2) ayat 168-169:

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata. Sesungguhnya (setan) hanya menyuruh kamu untuk berbuat jahat dan keji serta mengatakan tentang Allah apa yang tidak kamu ketahui.” (QS. Al-Baqarah [2]: 168-169)

Dari surah Al-Baqarah ayat 168-169, Islam sudah memerintahkan untuk mengonsumsi makanan yang halal lagi baik. Maksud dari makanan yang halal dan baik dalam hal ini yaitu makanan yang tidak diperoleh dengan melakukan perbuatan keji. Makanan halal dan baik hakikatnya ialah makanan yang diperoleh dan diolah dengan cara yang benar. Adapun maksud makanan baik dapat dilihat dari manfaat yang dapat diberikan oleh makanan kepada tubuh manusia, dalam hal ini tidak membahayakan bagi orang yang mengonsumsinya.

Selain pengawasan terhadap kualitas dari produk, pengusaha kuliner juga lakukan pengawasan terhadap penjualan yang. Pengendalian internal penjualan dalam usaha kuliner sangat penting. Penjualan adalah kerja yang memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam menjual



suatu produk. Besaran penjualan biasanya menunjukkan permintaan yang tinggi terhadap produk yang dijual. Penjualan merupakan salah satu sumber utama pendapatan dari sebuah usaha. Pendapatan yang didapatkan dari penjualan digunakan untuk membayar gaji karyawan, menutupi biaya operasional, membeli persediaan, dan beban lainnya dari aktivitas usaha.

Aktivitas penjualan ialah sumber pendapatan utama bagi perusahaan. Apabila penjualan produk atau layanan tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat mengakibatkan target penjualan yang sudah ditentukan sebelumnya tidak dapat dicapai serta akan mengakibatkan penurunan terhadap pendapatan perusahaan, dari hal tersebut akan secara langsung menyebabkan kerugian bagi perusahaan. (Gunawan, 2023). Dalam hal ini, faktor tentang penetapan harga, pelayanan, serta pemasaran sangat penting dalam aktivitas penjualan.

Nominal harga atas produk dapat mempengaruhi jumlah produk yang akan dijual yang kemudian akan menentukan penerimaan perusahaan pada penjualan tertentu. Penetapan harga harus ditentukan pada waktu yang tepat dan dalam jumlah yang tepat. (Nurcholifah, 2014). Pelayanan yang diberikan akan menjadi salah satu faktor selain rasa masakan yang mempengaruhi loyalitas dari pelanggan. Pemasaran dibutuhkan dalam penjualan guna memperkenalkan produk yang dijual kepada khalayak luas yang belum mengetahui produk tersebut, pemasaran yang bagus mendapatkan perhatian calon pelanggan, dengan bertambahnya pelanggan maka penjualan juga akan bertambah.

Pada dasarnya aturan mengenai penjualan yang baik sudah dijelaskan dalam Al-qur'an salah satunya dalam surah An-Nisa ayat 29:



Vahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta mu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas

dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Surah An-Nisa ayat 29 menjelaskan bahwa diperkenankan untuk mencari harta dengan berniaga atau melaukan jual beli dengan didasari pada kerelaan kedua belah pihak tanpa adanya paksaan. Perniagaan atau jual beli yang didalamnya terdapat paksaan dikategorikan tidak sah walaupun ada bayaran atau pengantinya. Dalam Upaya memperoleh kekayaan tidak boleh ada unsur dzalim kepada orang lain yang terlibat didalamnya baik itu individu atau masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, unsur dzalim tidak diperkenankan ada pada diri penjual maupun kepada pelanggan serta orang-orang yang terlibat dalam perniagaan tersebut. Tindakan memperoleh harta dengan cara yang dilarang seperti mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, dan sebagainya dilarang. Dalam menentukan harga, pelayanan, serta pemasaran harus dilakukan dengan baik dan benar sesuai dengan syariah Islam guna terhindar dari tindakan-tindakan terlarang tersebut. Sesungguhnya Allah sudah mengingatkan hambanya untuk selalu senantiasa berada di jalan yang benar dalam melakukan perniagaan atau jual beli, dengan mengikuti aturan Allah sebagaimana yang tertuang pada ayat diatas akan membawa manusia dalam keharmonisan baik itu bagi penjual maupun pelanggan.

Produk makanan dan minuman yang dihadirkan Istanbul Kebab Erdoganz Makassar semakin bervariasi. Guna mempertahankan kualitasnya, pengendalian internal perlu dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab dari pemilik usaha untuk selalu menghadirkan makanan dan minuman yang layak untuk dijual dan



isi oleh pembeli. Selain itu, pengendalian internal yang efektif sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh proses penjualan berjalan dengan lancar dan menghasilkan pendapatan yang optimal. Pengendalian internal ini

digunakan untuk mengamankan atau menghindari tindakan penyelewengan, pencurian, kerusakan, dan penyalahgunaan atas penjualan.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini antara lain Siti Noor Arifah (2019) yang membahas pelaksanaan pengawasan kualitas yang tepat untuk mencapai target produksi dalam perspektif syariah pada Konveksi Lida Jaya Padurenan Gebog Kudus; Wilna Iznillillah et.al (2022) yang membahas pengawasan mutu proses produksi Keripik Moring di UMKM Banjarwangi-Bogor; Faridatul Fitriyah (2016) yang membahas analisa pengendalian kualitas produk tahu dalam perspektif ekonomi islam; Rosa Azahrah et.al (2023) yang membahas analisis implementasi pengendalian internal pada siklus penjualan (Studi Kasus Pada PT Tunas Group Ridean Tbk); Desi Ratna Sari dan Aceng Kurniawan (2021) membahas tentang analisis pengendalian internal penjualan tunai pada PT. Satu Baju Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Arifah (2019) membahas tentang pelaksanaan pengawasan yang tepat untuk mencapai target produksi secara konvensional dan dalam perspektif Islam. Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan sistem borong yang membuat karyawan terfokus pada target dan upah yang mengakibatkan kurangnya ketelitian sehingga banyak produk yang dihasilkan menjadi rusak akibat dari kesalahan karyawannya sehingga mengakibatkan timbulnya ketidakpuasan dari pelanggan. Secara syariah, karena banyaknya produk yang rusak akibat kurangnya ketelitian dari karyawannya, dari hal ini dapat dilihat bahwa aktivitas produksi penting untuk menanamkan prinsip kejujuran dan amanah dalam kan produksinya.



ada penelitian yang dilakukan oleh Fitriyah (2016) yang membahas pengendalian kualitas produk tahu dalam perspektif ekonomi islam.

Penelitian ini menjelaskan pentingnya menetapkan standar pelaksanaan proses produksi dan standar kualitas dari produk yang diproduksi dalam penelitian ini mereka membahas tentang tahu. selain itu, penting untuk menetapkan tujuan perusahaan, merancang sistem informasi, memantau aktivitas, dan memastikan bahwa proses produksi yang dikerjakan sudah sesuai dengan standar yang sudah ada. Dalam perspektif ekonomi Islam, penelitian ini menghubungkannya dengan produksi sebagai kewajiban sosial karena dapat dikategorikan sebagai barang kebutuhan dasar. Penelitian ini menjelaskan bahwa memproduksi tahu hanya dapat dilihat sebagai tempat untuk mencari keuntungan tetapi juga sebagai tempat untuk membantu masyarakat karena ikut membantu dalam memenuhi produk yang banyak dibutuhkan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Azahrah, et.al (2023) yang membahas analisis implementasi pengendalian internal pada siklus penjualan (Studi Kasus Pada PT Tunas Group Ridean Tbk). Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi pengendalian Internal pada siklus penjualan dilakukan dengan kerangka pengendalian internal yang terdiri dari lima komponen yaitu lingkungan pengendalian, penaksiran risiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi, serta pengawasan. Semua komponen ini dilakukan secara menyeluruh. Pada penelitian ini dapat dilihat bahwa pengendalian internal selaras dengan tujuan strategis dari perusahaan. Keselarasan antara tujuan pengendalian internal dan tujuan penjualan merupakan aspek penting yang dapat dilihat dari penelitian ini ketika melakukan pengendalian internal.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Kurniawan (2021) membahas pengendalian internal penjualan tunai, pada penelitian ini menemukan kelemahan pada pengendalian internal terhadap PT Satu Baju, yaitu adanya pemantau yang kurang optimal dapat berpotensi



menyebabkan penyimpangan yang tidak terdeteksi, Selainitu, masih ditemukan perangkapan tugas yang meningkatkan risiko terjadinya kecurangan akibat tidak adanya pemisahan yang jelas antara pihak yang melakukan penjualan dan pihak yang melakukan penerimaan uang. Dari hasil penelitian ini diungkapkan perlunya meningkatkan sistem pengendalian internal yang baik guna meminimalkan risiko kecurangan dan meningkatkan efisiensi dalam penjualan tunai.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul: Analisis Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Produk dan Penjualan pada Istanbul Kebab Erdogenz Makassar.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengendalian internal terhadap kualitas produk pada Istanbul Kebab Erdogenz Makassar berdasarkan perspektif syariah?
- b. Bagaimana pengendalian internal terhadap penjualan pada Istanbul Kebab Erdogenz Makassar berdasarkan perspektif syariah?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengendalian internal terhadap kualitas produk pada Istanbul Kebab Erdogenz Makassar berdasarkan perspektif syariah.
- b. Untuk mengetahui pengendalian internal terhadap penjualan pada Istanbul Kebab Erdogenz Makassar berdasarkan perspektif syariah.



1.4. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat atau berguna baik dari segi teoritis, praktis, dan kebijakan.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi serta memperkaya pengetahuan tentang pengendalian internal terhadap kualitas produk dan penjualan baik secara konvensional maupun penerapannya secara syariah.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi terkait dengan pengendalian internal yang berhubungan dengan kualitas produk dan penjualan terhadap sebuah usaha. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan pengingat bagi pemilik usaha untuk tidak menyimpang dari syariat Islam ketika menjalankan usahanya.

1.4.3 Kegunaan Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai salah satu dasar untuk menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan kualitas produk dan penjualan khususnya pada usaha rumah makan.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I: Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian

BAB II: Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori-teori yang didapatkan dari berbagai sumber yang digunakan sebagai landasan dalam melakukan penelitian, kerangka pemikiran serta penelitian terdahulu.



BAB III: Metode Penelitian

Bab ini memuat metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengecekan validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan yang mencakup apa yang diperoleh dari hasil penelitian tersebut.

BAB V: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan, serta keterbatasan penelitian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

“Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan! Dia menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah! Tuhanmulah Yang Maha Mulia, yang mengajar (manusia) dengan pena. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.”

(QS. Al-‘Alaq [96]:1-5)

Ayat diatas ditegaskan bahwa Allah SWT memerintahkan manusia untuk membaca (mempelajari, meneliti, dan sebagainya). Allah telah menciptakan manusia dari sesuatu yang sederhana yang menunjukkan kuasa-Nya. Pentingnya belajar dan mencari Ilmu searah dengan kebaikan dan tidak untuk keburukan. Dalam mencari ilmu, penggunaan alat belajar dimanfaatkan untuk mencatat atau menulis ilmu sehingga ilmu tersebut dapat disebar dan dapat dikembangkan lagi. Allah memberikan kemampuan belajar kepada manusia untuk memahami apa yang tidak mereka ketahui sebelumnya. Sesungguhnya Allah memberikan kemampuan belajar kepada manusia sebagai salah satu jalan untuk mendekatkan diri kepada Allah.

2.1. Pengendalian Internal

Pengendalian internal merupakan keseluruhan rencana struktur organisasi dan semua metode serta kebijakan yang terkoordinasi didalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk melindungi aset perusahaan dan memastikan akuratan dari metode kebijakan yang sudah ditetapkan oleh manajer. (Anggreini & Sulistyawati, 2023)



2.1.1. Pengertian Pengendalian Internal

Robert R. Moeller (2009: 23) menjelaskan pengendalian internal adalah proses yang diterapkan oleh manajemen, prosesnya dirancang untuk memberikan jaminan yang wajar untuk:

- a. Informasi keuangan yang dapat diandalkan
- b. Kepatuhan terhadap rencana kebijakan dan prosedur, hukum, peraturan, dan regulasi
- c. Pengamanan aset
- d. Efisiensi operasional
- e. Pencapaian misi, tujuan, dan sasaran yang telah ditentukan untuk kegiatan operasi dan program perusahaan
- f. Integritas dan nilai-nilai etika

Definisi diatas menjelaskan bahwa pengendalian internal mencakup keseluruhan proses dalam perusahaan yang tidak berfokus pada masalah akuntansi dan keuangan tetapi juga mencakup hal diluar keuangan.

Menurut Hery dalam (Sari & Kurniawan, 2021) pengendalian Internal merupakan kumpulan peraturan dan tata cara untuk mengamankan aset sumber daya perusahaan dari segala macam kecurangan dan penyalahgunaan, Selain itu, pengendalian internal juga bertujuan untuk memastikan bahwa data akuntansi yang diakses adalah akurat, serta menjamin bahwa setiap ketentuan aturan atau undang-undang serta keputusan manajemen telah ditaati atau dilaksanakan sesuai dengan hakikatnya oleh semua anggota perusahaan.

Pengendalian internal yang terdapat dalam perusahaan cakupannya tidak da kegiatan akuntansi dan keuangan saja, tetapi mencakup segala aspek



kegiatan perusahaan. Pengendalian internal dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan manajer dalam mengambil keputusan. (Juhadi & Sofyan, 2020)

2.1.2. Tujuan Pengendalian Internal

Tujuan sistem pengendalian internal menurut (Mulyadi, 2016:129) ialah sebagai berikut:

- a. Melindungi aset organisasi
- b. Memastikan keakuratan dan keandalan data akuntansi
- c. Mendorong efisiensi
- d. Meningkatkan kepatuhan terhadap kebijakan manajemen

2.1.3. Unsur Pengendalian Internal

Menurut (Mulyadi, 2016:130) Unsur-unsur pengendalian internal adalah sebagai berikut:

- a. Struktur organisasi yang secara jelas membedakan tanggung jawab fungsional.
- b. Sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang memberikan perlindungan yang memadai terhadap aset, utang, pendapatan, dan beban.
- c. Praktik yang sehat dalam menjalankan tugas dan fungsi setiap unit organisasi.
- d. Karyawan yang memiliki keahlian yang sesuai dengan tanggung jawabnya.

Committee of Sponsoring Organization of The Treadway Commission

menyebutkan bahwa terdapat lima elemen atau komponen kerangka alian internal yaitu sebagai berikut:



Lingkungan pengendalian (*control environment*)

Lingkungan pengendalian menggambarkan keseluruhan sikap, tindakan, dan kesadaran dari dewan direksi, manajemen, dan pihak lain terhadap pentingnya pengendalian internal dalam sebuah perusahaan. Dalam hal ini, walaupun terdapat banyak konsep dasar yang berbeda, setiap perusahaan harus mempunyai landasan pengendalian internal yang unik dan sesuai untuk mendukung struktur pengendalian internal lainnya.

b. Penilaian risiko (*risk assessment*)

Penilaian risiko pengendalian internal COSO harus menjadi proses yang berwawasan ke depan yang diterapkan disemua tingkatan serta hampir semua kegiatan dalam perusahaan. COSO menjelaskan penilaian risiko sebagai proses tiga langkah yaitu memperkirakan signifikansi risiko, menilai kemungkinan atau frekuensi timbulnya risiko tersebut, dan mempertimbangkan cara pengelolaan risiko dikelola dan menilai tindakan apa yang perlu diambil. Proses penilaian risiko COSO ini memberikan tanggung jawab kepada manajemen guna mengevaluasi signifikansi suatu risiko. Jika risiko tersebut dianggap signifikan, manajemen diharapkan untuk mengambil tindakan yang tepat dalam mengelolanya.

c. Aktivitas pengendalian (*control activities*)

Control activities ialah kebijakan dan prosedur yang dirancang untuk memastikan bahwa langkah-langkah yang telah ditetapkan untuk mengatasi risiko dilaksanakan dengan efektif. yang diikuti dengan rangkaian sub-proses yang ada. Aktivitas pengendalian hadir di seluruh tingkatan dalam suatu perusahaan dan sering kali saling tumpang tindih. Konsep aktivitas pengendalian ini merupakan elemen kunci



dalam merancang dan menetapkan sistem pengendalian internal yang efektif di perusahaan.

d. Komunikasi dan Informasi (*communications and information*).

Komunikasi dan informasi adalah dua komponen yang saling terkait namun memiliki perbedaan dalam konteks pengendalian internal. Informasi yang tepat, serta ditunjang oleh sistem teknologi informasi yang handal, perlu disebarkan ke seluruh bagian perusahaan dengan waktu dan cara yang dapat memudahkan orang menjalankan tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Selain mengandalkan sistem komunikasi formal dan informal, perusahaan juga perlu mempunyai prosedur yang efektif ketika berinteraksi dengan pihak internal maupun eksternal. Pemahaman mengenai aliran komunikasi dan informasi dalam perusahaan sangat penting untuk setiap evaluasi terhadap pengendalian internal.

e. Pemantauan atau pengawasan (*monitoring*).

Proses pemantauan perlu dilaksanakan untuk menilai efektivitas komponen pengendalian internal yang telah ditetapkan dan juga digunakan untuk mengambil langkah-langkah perbaikan apabila diperlukan. Suatu perusahaan harus menetapkan berbagai aktivitas pemantauan untuk mengukur seberapa efektif pengendalian internal yang diterapkan. Upaya ini dapat dilakukan melalui evaluasi terpisah serta kegiatan yang berkelanjutan untuk memonitor kinerja dan melakukan tindakan perbaikan jika diperlukan.



2.1.4 Fungsi Pengendalian Internal

enurut Romney dan Steinbart dalam (Sari & Kurniawan, 2021) akan bahwa fungsi dari pengendalian internal adalah sebagai berikut:

a. Pengendalian untuk pencegahan (*preventive control*).

Fungsi ini mencegah munculnya suatu masalah sebelum hal itu muncul. Mempekerjakan tenaga kerja akuntansi yang ahli dibidangnya, Pemisahan tugas yang tepat atau sesuai dan pengaturan akses fisik yang efektif terhadap aset, informasi, dan fasilitas, hal ini bisa dikatakan sebagai bentuk upaya perlindungan yang efektif.

b. Pengendalian untuk pemeriksaan (*detective control*).

Fungsi ini diperlukan untuk mengidentifikasi masalah setelah hal tersebut ditemukan terjadi.

c. Pengendalian korektif (*corrective control*).

Fungsi ini memecahkan masalah yang diteridentifikasi melalui pengendalian untuk pemeriksaan. Proses ini pengendalian ini melibatkan serangkaian langkah atau prosedur yang dirancang untuk menemukan faktor-faktor yang menyebabkan masalah, mengatasi kesalahan yang timbul, serta melakukan perubahan pada sistem guna mencegah terulangnya masalah yang serupa di masa mendatang.

2.2. Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Produk

Kualitas produk didefinisikan sebagai sekumpulan karakteristik produk, kegunaan atau fungsi barang dan jasa yang memiliki kemampuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk berhubungan dengan kenyamanan, daya tahan, keandalan, ketepatan, kualitas kesesuaian, keunikan, dan tampilan dari produk dengan standar kualitas yang sudah ditentukan. (Imelinudiyana, 2022)



ualitas

ualitas dapat diartikan sebagai keseluruhan karakteristik dan sifat dari an layanan yang mempengaruhi kapasitasnya untuk memenuhi berbagai

kebutuhan baik yang secara langsung maupun yang tidak langsung. Konsep kualitas sangat bergantung pada persepsi individu dan sering kali bervariasi dari satu orang ke orang lainnya. Setiap orang memiliki standar atau acuan yang berbeda tentang kualitas, yang mungkin berubah seiring waktu bergantung pada pengalaman yang mereka miliki. Pengalaman tersebut membentuk pandangan mereka, sehingga produk tertentu dapat dianggap berkualitas tinggi oleh satu orang tetapi tidak oleh yang lain. (Hardana et al., 2022)

Kristanto dalam (Fitriyah, 2016) menjelaskan bahwa terdapat pendekatan terhadap pengendalian kualitas, berikut pendekatan yang dimaksud:

- a. Pendekatan bahan baku yang mencakup sumber dari bahan baku, pengecekan terhadap bahan baku, dan cara penyimpanannya.
- b. Pendekatan proses produksi, pendekatan ini mencakup pelaksanaan proses produksi, pengendalian proses produksi, dan pengecekan akhir dari proses produksi.
- c. Pendekatan produk akhir mencakup pemisahan antara produk layak dan tidak layak, serta aturan terhadap produk yang tidak memenuhi standar.

2.2.2. Elemen dan Dimensi dalam Kualitas

Elemen-elemen yang terdapat dalam kualitas sebagai berikut:

- a. Kualitas mencakup upaya untuk memenuhi atau melampaui ekspektasi dari pelanggan
- b. Kualitas terdiri atas produk atau layanan, sumber daya manusia, metode atau proses, serta lingkungan

Kualitas mempunyai sifat yang akan selalu mengalami perubahan. (Fitriyah, 2016)



Menurut Tjiptono dalam (Majid, 2019) menjelaskan bahwa kualitas mengandung banyak dimensi dan makna. Sebagai berikut:

- a. Keselarasan dengan persyaratan yang telah ditetapkan
- b. Kecocokan untuk pemakaian
- c. Terbebas dari kecacatan atau kerusakan
- d. Proses perbaikan atau penyempurnaan yang berkelanjutan
- e. Kapasitas untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan

2.2.3. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk menarik perhatian, dikonsumsi, digunakan, atau dimiliki, guna dapat memenuhi keinginan target pasar. Produk mencakup barang dan jasa yang dapat diperdagangkan. Istilah "produk" berasal dari bahasa Inggris, yaitu "*product*" yang merujuk pada sesuatu yang dihasilkan melalui proses kerja atau metode serupa. Menurut William J. Stanton, produk secara sederhana produk dapat dipahami sebagai sekumpulan atribut fisik yang dapat diidentifikasi dalam suatu bentuk tertentu. Sedangkan untuk pengertian yang lebih luas, produk adalah kumpulan atribut, baik yang nyata maupun tidak nyata, yang meliputi berbagai elemen seperti warna, harga, lokasi pengecer, kemasan, serta layanan yang ditawarkan oleh produsen dan pengecer kepada pembeli. Semua aspek ini dapat dianggap sebagai faktor yang memberikan kontribusi pada cara pembeli menilai produk guna mencapai standar atas kepuasan terhadap keinginan mereka. (Firmansyah, 2023)

2.2.4. Pengertian Kualitas Produk



Kualitas produk merupakan komponen yang sangat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli sebuah barang atau jasa. Banyak konsumen memilih kualitas bagus dengan harga yang lebih tinggi daripada kualitas

buruk dengan harga yang lebih rendah. Kualitas merupakan jaminan dari suatu produk. Dengan memastikan kualitas yang baik, sebuah produk dapat meningkatkan daya saingnya di pasar. Penting bagi produk untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, setidaknya setara dengan pesaing dan lebih baik lagi jika dapat melampaui kualitas produk pesaing. (Marpaung et al., 2021). Menurut Assauri dalam (Santoso, 2019), kualitas produk merujuk pada sejauh mana suatu produk mampu menjalankan fungsi yang diharapkan, serta berperan sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia.

Tjiptono dalam (Winasis et al., 2022) menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan perpaduan antara karakteristik dan sifat yang menentukan seberapa jauh produk bisa mencapai persyaratan atas kebutuhan pelanggan atau menilai sejauh mana karakteristik maupun sifat dari produk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas produk memiliki delapan indikator sebagai berikut:

- a. Kinerja (*Performance*), merupakan indikator utama dari produk inti yang dibeli.
- b. Fitur (*Features*), mencakup indikator tambahan yang melengkapi produk.
- c. Reabilitas (*Reliability*), menggambarkan kemungkinan kecil terjadinya kerusakan atau gagal digunakan
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specifications*), indikator ini menunjukkan seberapa jauh karakteristik desain dan operasi dapat memenuhi setiap standar.
- e. Daya tahan (*Durability*), berhubungan dengan berapa lama masa pakai dari sebuah produk.



- f. Kemampuan pelayanan (*Serviceability*), mencakup kenyamanan, kompetensi kecepatan, kemudahan terhadap pemeliharaan, serta penanganan atas keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika (*Esthetics*), merujuk pada daya tarik atau kelebihan produk terhadap indra manusia.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*), mencakup gambaran, citra, dan reputasi produk, serta tanggung jawab perusahaan terhadap produk.

2.3. Pengendalian Internal Terhadap Penjualan

Sistem informasi akuntansi penjualan dapat berfungsi dengan baik dan lancar jika didukung dengan pengendalian internal di dalam sistemnya. Pengendalian tersebut bertujuan mencegah terjadinya kesalahan dan praktik kecurangan yang tidak dikehendaki tersebut dapat teratasi. Selain itu, penerapan sistem informasi akuntansi penjualan sangat penting untuk meningkatkan efektivitas penjualan bagi perusahaan. (Salahudin et al., 2020). Pengendalian internal yang efektif dan andal dapat memberikan informasi yang tepat kepada pemilik usaha dan orang dalam perusahaan, sehingga mereka dapat menentukan keputusan serta kebijakan yang tepat untuk mencapai tujuan dari perusahaan. (Imelinudiyana, 2022)

2.3.1. Pengertian Penjualan

Aspek penting dalam berjalannya sebuah usaha yaitu penjualan. Penjualan merupakan jantung kehidupan sebuah perusahaan, dari penjualan perusahaan dapat memperoleh laba, serta dari penjualan, perusahaan berusaha mempelajari



yang diinginkan konsumen sehingga konsumen dapat menilai kualitas yang ditawarkan. Pada dasarnya, penjualan merupakan transfer hak atas tau jasa (Megawati, 2017). Kotler dalam (Gunawan, 2023) menjelaskan

bahwa penjualan adalah sebuah mekanisme yang melibatkan pemenuhan kebutuhan baik pembeli maupun penjual, pemenuhan ini dilakukan melalui pertukaran informasi dan kepentingan.

Penjualan tunai dilakukan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu sebelum barang tersebut diberikan. Setelah perusahaan menerima uang, selanjutnya barang akan diberikan kepada pembeli dan transaksi penjualan tunai akan dicatat. (Mulyadi, 2016:379)

Menurut (Mulyadi, 2016: 380-383) sistem penerimaan kas dari penjualan tunai dibagi menjadi tiga prosedur sebagai berikut:

- a. Prosedur penerimaan kas dari *over-the-counter sales*. pada prosedur ini, pembeli datang untuk memilih produk yang ingin dibeli. Setelah itu, membayar kepada kasir, dan terakhir yaitu menerima barang yang telah dibeli.
- b. Prosedur penerimaan kas dari *cash-on-delivery sales (COD sales)*. Prosedur ini melibatkan transaksi penjualan yang melibatkan pos, layanan transportasi umum atau angkutan pribadi dalam proses penyerahan dan penerimaan uang dari hasil penjualan. COD sales merupakan alternatif yang efektif untuk memperluas jangkauan pemasaran serta menjamin kepada pembeli mengenai pengantaran barang dan jaminan penerimaan kas bagi perusahaan.
- c. Prosedur penerimaan kas dari *credit card sales*. Meskipun prosedur ini bukanlah merupakan suatu tipe penjualan, namun prosedur ini berfungsi sebagai metode pembayaran untuk pembeli dan metode penagihan untuk penjual, prosedur ini menghadirkan kemudahan bagi kedua belah pihak untuk pembeli dan penjual.



2.3.2. Penetapan Harga

Penetapan harga menjadi tantangan bagi perusahaan saat menentukan harga produk atau layanan untuk pertama kalinya. Penetapan harga adalah tugas krusial karena dapat memengaruhi keberhasilan operasi baik pada organisasi profit maupun non-profit. Hal ini dikarenakan harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang langsung menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan banyak faktor ketika menyusun kebijakan terhadap penetapan harga produknya. (Batubara & Hidayat, 2016)

Strategi penetapan harga yang baik dapat memperkuat posisi perusahaan dalam di pasar. Hal ini dapat berdampak pada kelancaran atas penjualan hasil produksi dan dapat menambah pendapatan usaha. Strategi penetapan harga yang sesuai akan membantu sebuah perusahaan untuk melebarkan sayapnya ketika terjun keberbagai macam segmen pasar yang menjadi incarannya. (Hadi, 2019)

Menurut Suharno dan Sutarso dalam (Batubara & Hidayat, 2016) terdapat beberapa indikator dalam penetapan harga yaitu:

- a. Berdasarkan biaya, harga ditetapkan dengan memperhatikan aspek biaya produksi sebagai faktor utama yang mempengaruhi penentuan harga.
- b. Berdasarkan permintaan, penetapan harga berfokus pada estimasi jumlah penjualan yang dapat dicapai berdasarkan pasar tertentu dengan mempertimbangkan harga yang dapat ditawarkan.
- c. Berdasarkan persaingan, harga ditentukan dengan mempertimbangkan posisi pesaing, penetapan harga bisa ditetapkan sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari kompetitor.



- d. Berdasarkan kebutuhan konsumen, pengusaha menetapkan harga yang menawarkan nilai maksimal kepada konsumen, dengan mengutamakan kebutuhan mereka sebagai dasar dari penentuan harga.

2.3.3. Pelayanan

Pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam menyediakan layanan yang mampu memuaskan pelanggan. Kemampuan ini diperoleh melalui sumber daya manusia serta lingkungan yang dimiliki oleh perusahaan. Sumber daya manusia merupakan sumber daya yang sangat penting dalam sebuah organisasi, sumber daya manusia memberikan usaha, kreativitas, dan tenaga mereka kepada organisasi. (Nurhadi, 2020)

Layanan merupakan suatu kegiatan yang menawarkan produk tidak berwujud tetapi hasilnya dapat dirasakan. Menurut Wyckof, kualitas layanan ialah tingkat keunggulan yang diharapkan dan kemampuan untuk mengendalikan kelebihan tersebut guna memenuhi keinginan konsumen. Apabila layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, kualitas layanan dianggap baik dan memuaskan, jika layanan yang didapatkan melampaui ekspektasi pelanggan, kualitas layanan akan dipandang ideal. Namun, apabila layanan yang didapatkan kurang memuaskan, kualitas layanan akan dianggap buruk. (Arief & Alfarizy, 2019)

Kasmir dalam (Nurhadi, 2020) mengemukakan ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang memadai. Konsumen mengharapkan pelayanan yang prima. Oleh karena itu, ketersediaan sarana dan prasarana yang baik sangat penting diperhatikan dalam memberikan layanan kepada konsumen.



- b. Tersedia karyawan yang baik dan berkualitas. Kenyamanan konsumen sangat dipengaruhi oleh karyawan. Karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Selain itu, karyawan juga harus pandai berbicara, cepat tanggap, pintar serta menyenangkan.
- c. Bertanggung jawab kepada konsumen dari awal hingga selesai. Ketika melakukan pelayanannya, setiap karyawan dituntut untuk mampu memberikan layanan dari awal hingga selesai.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani konsumen, karyawan diharapkan mengikuti prosedur yang sudah ditetapkan. Pelayanan yang diberikan harus disesuaikan dengan jadwal dan pekerjaan yang telah ditentukan, agar dapat memenuhi harapan konsumen dengan sebaik-baiknya.
- e. Mampu berkomunikasi. karyawan harus bisa berinteraksi kepada setiap konsumen serta memahami apa yang diharapkan konsumen, artinya karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, serta untuk tidak memakai istilah yang sulit untuk dipahami.
- f. Berusaha memenuhi kebutuhan konsumen. Petugas diharuskan untuk selalu siap sedia ketika konsumen memerlukan bantuan. Selain itu, karyawan diharapkan untuk mengerti serta memahami keinginan dan kebutuhan konsumen

2.3.4. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial ekonomi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan individu dan kelompok melalui penciptaan pertukaran yang memberikan kepuasan maksimal bagi individu atau kelompok tersebut. Pemasaran ini berlandaskan pada konsep-konsep inti yaitu kebutuhan (*needs*),



keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*), produk (barang dan jasa), nilai, biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan, pasar serta pemasar dan prospek calon pembeli. (Sahla et al., 2019)

Pemasaran dapat diibaratkan sebagai sebuah peperangan dalam merebut wilayah, di mana wilayah tersebut adalah pasar yang menjadi sasaran akhir dari semua aktivitas pemasaran. Oleh karena itu, pemasaran memerlukan strategi yang matang, mirip dengan strategi yang digunakan dalam peperangan. Melakukan analisis pada industry merupakan tindakan pertama dalam memahami kondisi atau medan perang. Selain melakukan analisis terhadap keberadaan pesaing, seorang pemasar juga harus mengidentifikasi ancaman yang berasal dari pendatang baru, risiko yang ditimbulkan oleh produk pengganti, serta posisi tawar-menawar dengan konsumen dan pemasok. Strategi pemasaran mencakup berbagai hal yang diagendakan dan disusun secara sistematis dan menyeluruh, yang kemudian berfungsi sebagai pedoman dalam melaksanakan aktivitas pemasaran. sehingga dapat mencapai target untuk perusahaan yaitu memperoleh keuntungan. Strategi pemasaran mencakup metode untuk memasarkan produk, baik yang berupa barang atau jasa dengan memakai pola perencanaan serta taktik khusus, yang dapat membuat total penjualan meningkat. (Khasanah, 2023)

2.4. Pengendalian Internal dalam Pandangan Islam

Islam mengajarkan pemeluknya untuk mencari rezeki yang halal dan berkah dalam rangka beribadah kepada Allah, baik itu dalam sektor riil maupun moneter. Islam mengajarkan bahwa setiap amal perbuatan manusia hendaknya



ilkan produk atau jasa yang bermanfaat bagi manusia, serta yang dapat lirkannya kesejahteraan dan kemakmuran bersama. Jika fenomena dikaitkan dengan teori ilmu ekonomi konvensional, ditemukan asumsi

bahwa salah satu masalah yang paling dasar dalam perekonomian ialah kebutuhan manusia tak terbatas sementara alat untuk memenuhinya sangatlah terbatas. Pada kenyataannya asumsi ini tidak sepenuhnya benar, Islam mengajarkan bahwa penyebab ketidakpuasan bukanlah terbatasnya alat pemuas kebutuhan, melainkan sifat manusia yang tamak dan serakah, sehingga selalu merasa tidak cukup. (Basri & Norman, 2020)

Dalam ajaran Islam terdapat banyak ayat Al-Qur'an yang secara tersirat dan tersurat menjelaskan pentingnya pengendalian internal dalam memproduksi sebuah jasa dan produk yang diperuntukkan untuk kemaslahatan manusia, baik yang dinikmati secara individu maupun untuk publik. Terdapat ayat-ayat dalam Al-Qur'an yang menyinggung mengenai hal ini. Seperti yang disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Hud (11) ayat 37:

“Dan buatlah bahtera itu dengan pengawasan dan petunjuk wahyu Kami, dan janganlah kamu bicarakan dengan Aku tentang orang-orang yang zalim itu; sesungguhnya mereka itu akan ditenggelamkan.”

Berdasarkan ayat tersebut, kita diberikan contoh oleh Allah Swt. melalui Nabi Nuh. Nabi Nuh diperintahkan membuat bahtera yang akan digunakan oleh Nabi Nuh dan umatnya untuk berlayar, pembuatan bahtera dari Nabi Nuh memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia di muka bumi. Hal ini tentu menjadi contoh bagi kita dengan melihat bagaimana Nabi Nuh dapat membuat sebuah bahtera dari memanfaatkan sumber daya alam menjadi sebuah barang yang berguna dan bermanfaat.

Ayat di atas juga mengingatkan kita bahwa apapun yang dikerjakan oleh manusia di muka bumi selalu dalam pengawasan Allah Swt., semua manusia tidak pernah lepas dari pengawasan-Nya. Untuk itu manusia



dalam menjalankan tanggung jawabnya hendaknya selalu mengingat untuk tidak melakukan perbuatan tercela yang tidak disukai oleh Allah Swt..

Penjelasan tentang pengendalian internal juga dapat ditemukan pada Al-Qur'an surah An-Nisa' (4) ayat 58:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (QS. An-Nisa [4]:58)

Berdasarkan ayat di atas, manusia ditekankan untuk selalu bersikap amanah, dalam lingkungan pengendalian internal amanah adalah bentuk tanggung jawab yang mesti dipegang oleh masing-masing individu dalam organisasi, sebagai bentuk tanggung jawabnya, individu maupun kelompok harus memastikan bahwa tugas yang diembannya dilaksanakan dengan penuh integritas, kejujuran dan juga mengikuti standar yang telah ditetapkan sebelumnya karena sesungguhnya Allah Swt. maha mendengar lagi maha melihat.

Selain penjelasan mengenai amanah, ayat di atas juga mengingatkan kita untuk selalu bersikap adil. Bentuk keadilan dalam pengendalian internal dapat dilihat dari Keputusan objektif yang didapatkan dari data dan informasi yang akurat. Setiap proses dilakukan secara transparan, dan keputusan yang diambil harus objektif tanpa menguntungkan salah satu pihak tertentu saja.

2.4.1. Kualitas Produk dalam Pandangan Islam



Kualitas yang baik menurut produsen tercermin dari produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sebaliknya, kualitas yang buruk ditandai dari produk yang dihasilkan tidak

memenuhi standar spesifikasi yang telah ditetapkan serta menghasilkan barang atau produk yang cacat. (Fitriyah, 2016)

Menurut pandangan ekonomi Islam, produksi dipahami sebagai proses yang melibatkan pencarian, pengalokasian, dan pengolahan sumber daya untuk menghasilkan output yang bertujuan meningkatkan *maslahah* bagi umat manusia. Produksi tidak hanya mencakup tujuan dari kegiatan yang menghasilkan output, tetapi juga meliputi karakteristik yang melekat pada proses dan hasilnya. Imam Al-Ghazali salah satu pemikir Muslim menjelaskan berbagai faktor dan fungsi produksi dalam kehidupan manusia. Dalam penjelasannya, beliau sering merujuk pada istilah "*kasab*" dan "*islah*". Istilah "*kasab*" menggambarkan usaha fisik yang dilakukan oleh manusia, sementara "*islah*" merujuk pada upaya manusia untuk mengelola dan mengoptimalkan sumber daya yang ada, sehingga bisa memberikan manfaat yang lebih besar. (Fitriyah, 2016)

Terdapat prinsip-prinsip dasar produksi dalam ekonomi Islam yang harus senantiasa dipegang teguh, di antaranya:

- a. Motivasi yang didasari oleh keimanan, yaitu kegiatan produksi yang dilakukan oleh seorang pengusaha muslim ditujukan semata-mata untuk meraih ridha Allah Swt.
- b. Berproduksi yang didasari oleh asas manfaat dan maslahat, yaitu produksi dijalankan tidak serta-merta hanya mencari keuntungan yang maksimal dengan menumpuk aset guna memperkaya diri, tetapi mengarah kepada seberapa besar manfaat yang didapatkan tersebut kepada kemaslahatan masyarakat.



Mengoptimalkan kemampuan akal nya, yaitu pengusaha muslim dituntut untuk selalu menggunakan kecerdasan atau akal nya. Selain

itu, juga dituntut untuk selalu bekerja secara objektif dan professional dalam mengelola sumberdaya perusahaan.

- d. Penerapan sikap tawāzun (keberimbangan/seimbang), yaitu produksi yang dilakukan oleh pengusaha harus melihat kepentingan umum dan kepentingan khusus sebagai satu kesatuan.
- e. Harus optimis, yaitu pengusaha muslim harus selalu yakin dengan apapun yang sedang dikerjakannya karena Allah Swt. sudah menjamin seluruh kebutuhan makhluk-Nya.
- f. Menjauhi praktik produksi yang masuk kategori haram, pengusaha muslim harus menjauhi praktik yang didalamnya terdapat unsur riba, pasar gelap, serta ketidakpastian atau spekulasi.
- g. Mengamalkan setiap bagian produksi yang merupakan bagian dari nilai ekonomi Islam

Berikut prinsip-prinsip produksi yang dikemukakan oleh Muhammad Al-Mubarak, yang dikutip oleh Rustam Efendi dalam (Fitriyah, 2016), yaitu:

- a. Dilarang dalam kegiatannya memproduksi dan memperdagangkan produk yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, terutama yang termasuk dalam kategori haram. Larangan untuk memproduksi hal-hal yang haram berlaku hanya bagi para produsen barang, tetapi juga mencakup penyedia jasa.
- b. Dilarang menjalankan usaha produksi yang mengarah kepada kedzaliman atau bertentangan dengan ajaran Islam, contohnya riba.
- c. Dalam ajaran Islam dilarang melakukan penimbunan terhadap barang-barang yang menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat.

Memelihara lingkungan, manusia diciptakan oleh Allah Swt. memiliki keunggulan dibandingkan dengan makhluk hidup lainnya. Manusia



harapkan untuk hidup dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang telah ada sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. Pada setiap aktivitas produksi, tidak diperbolehkan melakukan aktivitas yang dapat merusak lingkungan hidup.

Dalam lingkup usaha makanan, bahan-bahan yang diproduksi harus selalu diperhatikan dan harus sesuai dengan syariat Islam. Islam telah menjelaskan tentang apa saja bahan makanan yang dianggap haram dalam kegiatan produksi, seperti yang dijelaskan dalam Surah Al-Maidah ayat 3:

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging hewan) yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang (sempat) kamu sembelih. (Diharamkan pula) apa yang disembelih untuk berhala. (Demikian pula) mengundi nasib dengan azlām (anak panah), (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu. Oleh sebab itu, janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridai Islam sebagai agamamu. Maka, siapa yang terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (QS. Al-Maidah [5]: 3)

Ayat di atas menjadi pedoman oleh manusia untuk mengetahui apa saja bahan yang harus dihindari yang dalam hal ini dikatakan haram untuk diproduksi untuk bahan makanan. Hendak manusia untuk selalu mengingat larangan ini.



I, ayat di atas juga menjelaskan tentang kesempurnaan dalam agama yang sudah mengatur setiap aspek kehidupan manusia. Pentingnya takwa akan dibahas pada ayat diatas untuk mengingatkan umat Islam untuk

selalu mematuhi perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya, dibutuhkan keimanan dan ketaatan terhadap Allah dalam menjalankan produksi sehingga manusia dapat menghindari praktik-praktik seperti riba, penimbunan bahan makanan, serta perusakan lingkungan.

2.4.1.1. Landasan Hukum Produk Halal di Indonesia

Berikut merupakan beberapa landasan hukum yang menjadi acuan produk halal di Indonesia:

- a. Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal
 - b. Undang-Undang No. 6 Tahun 2023 - Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja
 - c. Perpres Nomor 6 Tahun 2023 tentang Sertifikasi Halal Obat, Produk Biologi, dan Alat Kesehatan
 - d. PP Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal
 - e. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Kerja Sama Internasional Jaminan Produk Halal
 - f. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2021 Tentang Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil
 - g. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 748 Tahun 2021 Tentang Jenis Produk yang Wajib Bersertifikat Halal
 - h. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 944 Tahun 2024 Tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Agama Nomor 748 Tahun 2021 Tentang Jenis Produk yang Wajib Bersertifikat Halal
- Keputusan Kepala Badan No. 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal



- j. Keputusan Kepala Badan No. 78 Tahun 2023 tentang Pedoman Sertifikasi Halal Makanan dan Minuman dengan Pengelolaan

2.4.1.2. Menentukan Produk Halal dan Baik

Dalam konteks ajaran Islam, setiap muslim di dunia memiliki tanggung jawab untuk menyelidiki dan memperhatikan makanan serta barang yang akan dikonsumsi. Makanan yang dimakan tidak hanya sekadar menjadi najis, tetapi juga akan diserap dan dimetabolisme ke dalam sistem pencernaan, menyebar keseluruhan bagian tubuh, termasuk otak dan jantung. Oleh karena itu, sebelum memutuskan apakah suatu makanan atau barang layak untuk dikonsumsi dan digunakan, penting untuk mempertimbangkan berbagai aspek lebih dari sekadar status halal atau haram. (Wadji & Susanti, 2021:2)

Pengklasifikasian makanan yang berkualitas baik dan berkualitas buruk dalam Islam erat hubungan dengan makanan yang halal dan *tayyib*. Hal ini banyak dijelaskan dalam Al-Qur'an salah satunya pada ayat Al-Maidah ayat 88:

“Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman.” (QS. Al-Maidah [5]: 88)

Berdasarkan ayat tersebut, manusia diperintahkan untuk selalu mengonsumsi makanan yang halal yang sudah ditetapkan menurut syariat Islam dan makan itu juga harus baik dan bersih serta tidak membahayakan Kesehatan. Selain itu, ayat tersebut juga mengingatkan kita untuk selalu bertakwa, yang berarti kita diharuskan untuk selalu taat dan berhati-hati dalam memilih sesuatu untuk

isi, karena setiap tindakan kita akan dipertanggungjawabkan di hadapan



Untuk memperoleh produk halal dan baik, setidaknya terhadapt lima hal yang harus diperhatikan sebagaimana dijelaskan dalam Wadji & Susanti (2021: 8-9) yaitu:

- a. Halal zatnya. Dari sisi kehalalan zatnya, makanan yang dikonsumsi oleh manusia terbagi atas tiga jenis, yaitu hewani, nabati, dan jenis olahan.
- b. Halal cara memperolehnya. Makanan yang halal zatnya untuk dapat dimakan atau dikonsumsi juga harus diperoleh dengan cara yang halal. Jika zat makanan tersebut sudah halal, tetapi cara perolehannya melanggar syariat, maka mengonsumsinya pun masuk dalam kategori haram juga.
- c. Halal cara memprosesnya. Sepertinya diketahui bahwa hewan yang halal untuk dimakan tidak bisa langsung disantap, melainkan harus melalui serangkaian proses, seperti penyembelihan, pengulitan, serta langkah-langkah lainnya.

Proses yang dilalui juga harus halal yaitu:

- 1) Penyembelihan, kecuali Ikan dan Belalang. Semua hewan yang halal dimakan harus disembelih. Untuk penyembelihan diperlukan sejumlah syarat, yaitu disembelih oleh orang Islam, baligh, berakal dan mengetahui syarat-syarat penyembelihan.
- 2) Pembersihan dan pematangan. Hewan yang hendak dibersihkan yang sudah mati setelah disembelih. Alat-alat yang digunakan dalam proses selanjutnya, seperti pisau untuk menguliti, tempat memotong, kuai, periuk dan sebagainya harus suci, bersih dan halal. Air yang digunakan untuk membersihkan bahan hendaklah air mutlak, yang suci dan menyucikan. Tidak boleh



mencampuradukkan dengan bahan-bahan atau ramuan yang tidak halal. Alat-alat memasak seperti belanga, periuk, sendok, dan sebagainya harus suci, bersih, dan halal. Tempat membasuh peralatan memasak dan makanan baiknya dipisahkan antara yang halal dengan yang haram.

- d. Halal cara penyimpanannya. Semua bahan makanan disimpan di tempat yang aman untuk mencegahnya dari kebusukan dan menghindari kontak dengan najis. Selain itu, selama proses produksi, bahan makanan harus dijaga agar tidak bercampur atau berdekatan dengan barang atau bahan yang haram.
- e. Halal cara penyajiannya. Dalam menyajikan makanan, penting untuk memastikan bahwa semua hidangan disajikan dalam keadaan higienis, bebas dari najis dan kotoran. Selain itu, para pegawai yang bertugas juga harus dalam keadaan sehat dan mengenakan pakaian yang bersih serta suci. Packaging atau kemasan dari produk haruslah higienis, steril, bersih, suci, dan halal. Alat makan dan perkakas yang digunakan dalam penyajian seperti piring, mangkuk, dan sebagainya harus dicuci dengan bersih serta halal.

Sejalan dengan firman Allah SWT yang artinya: "Maka hendaklah manusia itu memperhatikan makanannya" (QS. Abasa, 80:24). Ayat ini mengajarkan kita untuk melihat pentingnya memiliki sertifikat dan label halal, kepemilikan sertifikat dan label halal merupakan bagian dari memenuhi hak konsumen atau masyarakat. Hak konsumen atau masyarakat ialah untuk memastikan makanan, minuman, atau barang yang diinginkan tidak mengandung bahan yang tidak diizinkan oleh agama atau tidak mengandung bahan-bahan haram. (Wadji & Susanti, 2021: 8-9)



2.4.2. Penjualan dalam Pandangan Islam

Pekerja yang ditugaskan pada bagian penjualan memiliki tanggungjawab yang besar. Islam sangat menekankan etika yang baik dalam menjalankan kehidupan sehari, salah satunya ketika bekerja. Penjualan merupakan bagian penting dari aktivitas bisnis yang harus dilakukan dengan adil, transparan, dan harus dilakukan sesuai dengan hukum syariah. Dalam Al-Qur'an telah menjelaskan hal yang berhubungan dengan pengendalian internal terhadap penjualan, salah satu ayat yang membahas tentang itu yaitu Surah Al-Hujurat ayat 6:

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.” (QS. Al-Hujurat [49]: 6)

Ayat di atas mengajarkan pentingnya memeriksa kebenaran dari suatu informasi yang diterima sebelum bertindak. Dalam konteks penjualan, ini dapat diterapkan ketika masuk pada proses pengecekan transaksi keuangan. Selain itu, ayat ini juga mencakup pengendalian internal, yaitu dengan dilakukannya pengendalian internal diharapkan dapat menghindari terjadinya manipulasi atau penyimpangan. Etika dari orang yang terlibat dalam bagian penjualan merupakan aspek yang sangat penting, karena seperti yang sudah diketahui, penjualan merupakan sumber pendapatan dari sebuah usaha, sehingga orang-orang didalamnya memikul tanggungjawab yang besar.

2.4.2.1. Penetapan Harga Dalam Perspektif Syariah



ada dasarnya, strategi penetapan harga dalam ekonomi konvensional
praktikkan dalam konteks ekonomi syariah asalkan tidak bertentangan

dengan ajaran Islam. tetapi, penting untuk membedakan antara perilaku ekonomi yang berlangsung di pasar Islam dan di sistem konvensional, karena keduanya memiliki tujuan yang berbeda. Sistem konvensional berfokus pada pencapaian keuntungan maksimal, sementara untuk ekonomi syariah, tujuannya adalah meraih *al-falah* (kemenangan) serta keuntungan yang bermanfaat baik di dunia maupun di akhirat, untuk diri sendiri dan umat manusia. Menurut Wan Yusof, perusahaan yang berlandaskan prinsip Islam tidak berorientasi pada maksimisasi keuntungan semata, tetapi lebih pada mewujudkan keadilan dalam distribusi keuntungan, jika hal tersebut memungkinkan untuk dicapai, serta tujuan yang paling penting adalah *Amal Ma'ruf Nahi Munkar* yaitu kewajiban umat Islam untuk mengajak orang lain melakukan kebaikan dan mencegah perbuatan buruk. (Hadi, 2019)

Marthon dalam (Hadi, 2019) menjelaskan bahwa persaingan kotor, seperti perang harga, sebaiknya dihindari dalam pasar karena dapat merugikan para penjual. produk yang ditawarkan harus mengikuti harga pasar yang berlaku, kecuali jika produk tersebut memiliki kualitas yang lebih diatas jika dibandingkan dengan produk sejenis lainnya, maka penjual dapat menetapkan harga di atas rata-rata. Dalam menentukan harga, penting untuk memastikan tidak ada pihak yang mengalami kerugian, baik pembeli maupun penjual. Jika harga produk terlalu tinggi, bisa berdampak negatif pada daya beli konsumen, sementara harga yang terlalu rendah dapat mengakibatkan produsen tidak mampu menutup biaya produksi.

Penetapan harga dalam perspektif Islam diharapkan tidak mengandung unsur sebagai berikut:



Riba

Dasar penetapan harga dalam perspektif syariah menekankan pentingnya nilai atau harga suatu produk harus ditentukan secara wajar, tanpa adanya penetapan secara berlebihan. terutama jika hal ini melibatkan penambahan yang tinggi setelah dikurangi dengan biaya produksi atau dikenal dengan riba, penetapan harga dalam perspektif syariah tidak diperkenankan mengandung unsur riba didalamnya. Dalam perspektif syariah, konsep harga tidak hanya ditentukan oleh faktor keuntungan semata, melainkan juga mempertimbangkan daya beli masyarakat serta kemaslahatan umat. Hal ini membentuk pemahaman bahwa menetapkan harga yang tinggi dengan harapan mendapatkan keuntungan berlipat-lipat tidaklah dibenarkan. (Nurcholifah, 2014).

Terkait dengan riba, Allah SWT telah berfirman dalam surah Ali Imran ayat 130: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.” (QS. Ali Imran [3]: 130).

Ayat diatas menegaskan bahwa Islam melarang adanya riba, sebab riba adalah bentuk dari ketidakadilan dalam transaksi keuangan, konsep dari riba yang terus berlipat ganda akhirnya akan memberatkan satu pihak yang mengakibatkan kesenjangan sosial. Manusia diperintahkan agar bertakwa di jalan Allah karena Islam mengajarkan sistem keuangan yang berkeadilan yang menguntungkan semua pihak tanpa terkecuali dengan ini diharapkan manusia dapat mendapatkan keberkahan di dunia dan akhirat.

Gharar

Gharar merupakan istilah dalam hukum Islam yang menggambarkan ketidakpastian atau spekulasi berlebihan dalam transaksi. Transaksi



yang mengandung unsur gharar dianggap tidak sah secara hukum dan dilarang, karena dapat menimbulkan ketidakadilan serta peluang untuk penipuan. Al-Qur'an secara tegas melarang segala bentuk transaksi bisnis yang mengandung unsur kecurangan, termasuk penipuan, tindakan kejahatan, atau keuntungan yang tidak semestinya, serta risiko yang dapat menimbulkan ketidakpastian dalam bisnis. (Ista et al., 2024)

2.4.2.2. Pelayanan Dalam Perspektif Syariah

Al-Quran dalam surah Al-Isra ayat 84 yang berbunyi: “Katakanlah (Nabi Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing.” Maka, Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.” (QS. Al-Isra [17]: 84)

Pada ayat tersebut ditekankan bahwa setiap orang akan bertindak atau berperilaku sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Setiap orang harus bekerja atau melayani dengan selalu mencurahkan seluruh keahliannya serta selalu penuh dengan ketekunan. Seseorang harus selalu menanamkan nilai-nilai Islam sesuai dengan perintah Allah ketika bekerja dan melayani pelanggan, Dalam ayat di atas sudah ditegaskan bahwa Allah Maha Mengetahui siapa manusia yang berada di jalan yang benar.

Fadla dalam (Nurhadi, 2020) mencabarkan konsep pelayanan dalam Islam adalah sebagai berikut:

- a. Prinsip Tolong-Menolong (*Ta'awun*). Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah yang berbunyi: “Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada



Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.” (QS. Al-Maidah [5]: 2).

Memberikan pelayanan terbaik merupakan contoh dari sikap tolong-menolong sesama umat manusia. Perbuatan saling tolong-menolong sesama umat manusia merupakan pekerjaan yang sangat mulia.

- b. Prinsip Memberi Kemudahan (*At-Taysir*). Memahami sifat bawaan manusia untuk menghindari beban yang memberikan batas pada kebebasan mereka, Allah SWT menurunkan syariat Islam sebagai panduan untuk memastikan bahwa ketentuan-ketentuan yang diberikan dilaksanakan dengan mudah. Selain itu, tujuan lainnya yaitu untuk mengurangi kesulitan dan menghilangkan tantangan berlebihan (*masyaqah*) yang dapat menguras tenaga dan membebani manusia. Dengan demikian, diharapkan ketentuan dalam syariat Islam dapat meringankan permasalahan yang dihadapi oleh manusia.
 - c. Prinsip Persamaan (*Musawah*). Semua manusia berasal dari asal yang sama, yaitu tanah, dan terbentuk dari satu sosok, yakni Adam. Dengan demikian, tidak ada satu individu pun yang lebih unggul dibandingkan yang lainnya, karena setiap manusia mempunyai latar belakang dan asal-usul yang serupa.
 - d. Prinsip Saling Mencintai (*Muhabbah*). Rasa saling mencintai adalah mencintai sesama manusia layaknya mencintai diri sendiri. Contohnya, seorang karyawan akan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan penuh perhatian, serta memperlakukan pelanggan dengan cara yang sama seperti ia memperlakukan dirinya sendiri.
- Prinsip Lemah Lembut (*Al-Layin*). berlaku lemah lembut juga telah dijelaskan dalam Al-Qur'an yang berbunyi:



“Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.” (QS. Ali Imran [3]: 159)

- f. Prinsip Kekeluargaan (*Ukhuwah*). Ini tercermin jelas dalam ayat Al-Qur'an surah Al-Hujurat (49): 10 yang berbunyi: “Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah kedua saudaramu (yang bertikai) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu dirahmati.” Ukhuwah yang secara jelas dinyatakan dalam al-Qur'an adalah persaudaraan seagama dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama.

2.4.2.3. Pemasaran Dalam Perspektif Syariah

Konsep pemasaran syariah menekankan pentingnya penerapan manajemen yang profesional. Dengan profesionalitas, setiap produk yang dihasilkan akan memiliki nilai unik. Pesaing sebaiknya tidak dipandang sebagai ancaman yang menakutkan atau musuh yang harus dielakkan. Sebaliknya, pesaing dijadikan sebagai sumber inspirasi untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Kehadiran pesaing mendorong perusahaan, khususnya tim pemasar, untuk berinovasi dan lebih kreatif dalam memasarkan produknya. (Sahla et al.,



enurut Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula dalam (Widiyanto, 2024) empat karakteristik pemasaran syariah, yaitu:

a. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Konsep ini muncul dari kesadaran akan nilai-nilai agama yang dipandang penting dalam kegiatan pemasaran, sehingga diharapkan dapat dilakukan dengan cara yang tidak merugikan orang lain. Seperti firman Allah dalam surah Al-Zalzalah yang berbunyi: “Siapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarrah, dia akan melihat (balasan)-nya. Siapa yang mengerjakan kejahatan seberat zarrah, dia akan melihat (balasan)-nya.” (QS. Al-Zalzalah [99]: 7-8)

Seorang pebisnis akan selalu memikirkan tindakan yang akan dilakukan dalam menjalankan usahanya, karena ia yakin segala perbuatannya dilihat oleh Allah.

b. Etis (*Akhlaqiyyah*)

Konsep ini dirancang untuk menekankan pentingnya masalah moral, etika, dan akhlak dalam setiap aspek kegiatan yang dilakukannya. Seorang pebisnis yang menerapkan konsep ini akan selalu merasa diawasi langsung oleh Allah SWT apapun perbuatan yang dilakukannya. Dengan kesadaran akan sifat tersebut, seorang pebisnis mampu melakukan kebaikan dan menjauhi keburukan. Karakter etis dijadikan panduan untuk memelihara moral dan etika dalam berbicara, dan melakukan hubungan bisnis.

c. Realistis (*Al-Waqi'iyyah*)

Konsep ini lahir dari pemahaman bahwa pemasaran syariah menawarkan keleluasaan serta keluwesan dalam kerangka syariah Islam. Dalam konteks ini, seorang pemasar syariah diharapkan untuk bersikap profesional, menampilkan diri dengan penampilan yang bersih, rapi, dan sederhana, terlepas dari jenis pakaian yang dikenakan. Mereka harus bekerja dengan tekun dan profesional,

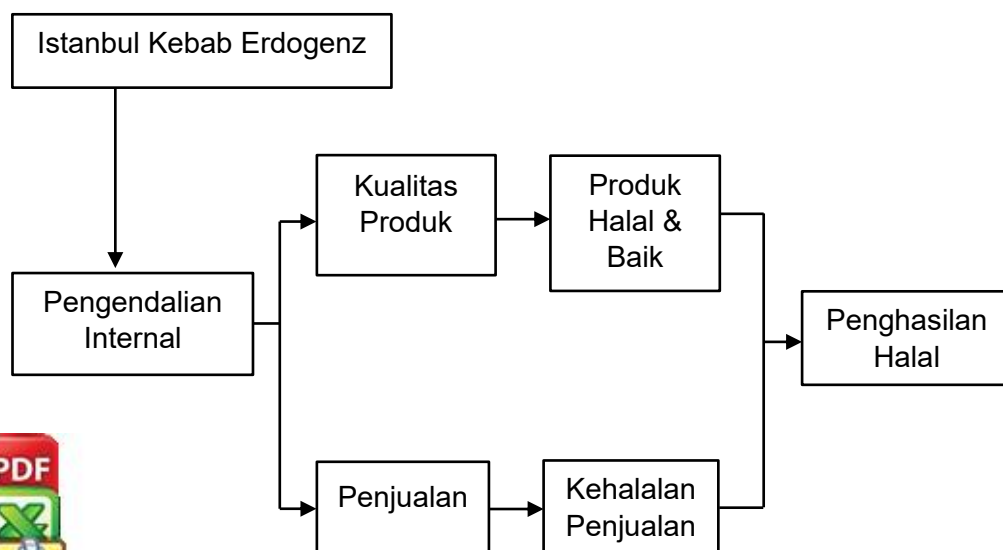


senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai moral, serta jujur dalam setiap transaksi. Selain itu, penting bagi mereka untuk bersikap fleksibel dan luwes dalam berinteraksi, serta memiliki pemahaman yang mendalam tentang keberagaman lingkungan yang mencakup berbagai suku, ras, dan agama.

d. Humanistis (*Insaniyyah*)

Konsep ini dibangun berdasarkan prinsip-prinsip syariah, bertujuan untuk meningkatkan martabat manusia, menjaga nilai-nilai kemanusiaan, dan mengendalikan sifat liar yang ada dalam diri manusia. Dengan adanya sifat humanisitas ini, manusia dapat mengontrol dan menyeimbangkan dengan panduan syariah agar tidak bersikap serakah dengan menghalalkan semua cara agar mendapatkan keuntungan yang diinginkannya. Humanistis dalam agama Islam akan menciptakan manusia sesuai kapasitasnya tanpa membedakan ras, status, bangsa. Sehingga memiliki sifat yang universal atau menyeluruh.

2.5. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Penelitian ini dimulai dengan menjelaskan secara umum apa yang dimaksud dengan pengendalian internal, dilanjutkan dengan penjelasannya dalam pandangan Islam. Setelah itu, peneliti kemudian menjelaskan tentang kualitas produk dan penjualan yang akan berfokus pada penetapan harga, pelayanan, dan pemasaran secara umum, serta dilanjutkan dengan penjelasannya dalam pandangan Islam. Selanjutnya, penulis akan melakukan penelitian terkait kualitas produk serta penjualan yang ada pada usaha Istanbul Kebab Erdogenz melalui penelitian lapangan berupa observasi dan wawancara dengan pemilik usaha. Hasil penelitian tersebut akan dihubungkan dengan teori-teori yang telah ada. Hasil penelitian akan menunjukkan bagaimana produk yang dihasilkan dalam usaha Istanbul Kebab Erdogenz sudah sesuai kriteria dalam syariat Islam yaitu halal dan baik, serta bagaimana penjualan yang berfokus pada penetapan harga, pelayanan, dan pemasaran pada usaha Istanbul Kebab Erdogenz juga sudah berdasarkan perspektif Islam. Kemudian, hasil dari penelitian terkait produk halal dan kehalalan penjualan akan menunjukkan bahwa kegiatan usaha yang dilakukan menghasilkan penghasilan yang halal. Penghasilan halal dalam penelitian ini tidak akan menjelaskan tentang alokasi dana yang dilakukan dalam kegiatan usaha.

2.6. Tinjauan Empirik

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Arifah (2019) yang berjudul “Pelaksanaan Pengawasan Kualitas yang Tepat Untuk Mencapai Target Produksi Dalam Perspektif Syariah Pada Konveksi Lida Jaya Padurenan Gebog Kudus”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pengawasan yang tepat untuk mencapai target produksi pada perusahaan yang juga didasarkan pada perspektif syariah. Hasil dari penelitian ini ialah konveksi Lida Jaya sudah menerapkan pengawasan untuk inspeksi bahan



baku, pengawasan selama proses produksi, serta pemeriksaan akhir terhadap produk jadi, tetapi tetap ditemukan barang-barang yang rusak sehingga diperlukan pengawasan yang lebih teliti untuk memastikan produk memenuhi standar perusahaan dan standar pelanggan. Dari perspektif syariah, pada penelitian ini, pengawasan kualitas yang dilakukan sudah sejalan dengan prinsip syariah pada bagian menjaga kejujuran dalam pemilihan bahan baku, serta memastikan bahwa produk yang dihasilkan dapat memuaskan konsumen dan sesuai dengan harapan konsumen, dari penelitian ini juga menjelaskan perlunya pengawasan yang lebih teliti serta menanamkan sifat amanah bagi setiap karyawan agar konsumen menjadi percaya terhadap produk dari perusahaan. Studi ini memberikan gambaran bagaimana sistem pengawasan dapat diterapkan secara efektif dengan pendekatan etis dan spiritual.

b. Penelitian yang dilakukan oleh Fitriyah (2016) yang berjudul “Analisa Pengendalian Kualitas Produk Tahu Dalam Perspektif Ekonomi Islam”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana produsen tahu mengendalikan kualitasnya dan apakah metode yang terapkan telah sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh pemerintah serta sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam? Penelitian ini menemukan bahwa dalam menngontrol kualitas tahu, produsen perlu menetapkan standar atas kegiatan produksi dan kualitas tahu itu sendiri. Selain itu, penting untuk menentukan tujuan perusahaan, memantau aktivitas, merancang sistem informasi, dan memastikan proses produksi berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan, dari hal-hal tersebut produksi yang efisien dan efektif diharapkan terjadi. Dari perspektif ekonomi Islam, pengendalian kualitas yang diterapkan sesuai dengan perspektif ekonomi Islam dengan mengedepankan kejujuran dalam produksi, penggunaan bahan yang halal,



serta perhatian yang ditujukan kepada kesehatan konsumen dengan mempertimbangkan produk yang dihasilkan merupakan produk yang banyak dicari di pasaran. Studi ini memberikan pemahaman mendalam tentang penerapan nilai-nilai Islam dalam menjaga kualitas produk.

- c. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Kurniawan (2021) yang berjudul “Analisis Pengendalian Internal Penjualan Tunai pada PT. Satu Baju Indonesia”

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai pengendalian internal pada penjualan tunai serta menganalisis kekurangan-kekurangan yang ada didalamnya. Hasil penelitian ini menunjukkan fungsi yang jelas dari masing-masing bagian dalam organisasi tetapi juga ditemukan bahwa dalam struktur organisasi tersebut tidak dijelaskan tugas dan wewenang yang harus dikerjakan oleh karyawan, serta ditemukannya rangkap jabatan oleh karyawan yang membuat karyawan memegang dua pekerjaan sekaligus, selain itu sistem pencatatan yang digunakan sudah menggunakan teknologi modern yang dapat memudahkan pelaporan dan pemantauan untuk setiap transaksi. Penelitian ini juga menemukan kelemahan yaitu struktur organisasi tidak dijelaskan secara detail tentang pembagian tugas dan wewenang setiap karyawan, belum ada pembagian gudang di perusahaan, serta masih memungkinkan terjadinya kecurangan oleh karyawan serta terdapat rangkap tugas oleh karyawan yang menyebabkan pekerjaan tidak efektif. Studi ini relevan untuk mengembangkan pemahaman tentang pentingnya pengendalian internal terhadap proses penjualan.



Penelitian yang dilakukan oleh Rachmaniah (2019) yang berjudul “Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Penjualan Pada Rumah Makan Masakeng Kota Makassar”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengendalian internal atas sistem penjualan yang di terapkan pada Rumah Makan Mas Daeng. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa pengelolaan keuangan usaha tidak melibatkan fungsi akuntansi melainkan fungsi administrasi, terdapat keterbatasan teknologi dalam pencatatan transaksi yang menyebabkan potensi kesalahan pencatatan yang tinggi, juga ditemukan bahwa pengawasan dari pelayan masih belum memadai terhadap pelanggan yang curang serta kesalahan-kesalahan penyajian pesanan pelanggan yang tidak sesuai. Dari penelitian ini ditemukan bahwa pengendalian internal atas sistem penjualan belum berjalan optimal karena masih ditemukan kelemahan dalam pemisahan tugas, teknologi pencatatan, dan pengawasan. Studi ini menunjukkan bagaimana penerapan pengendalian internal dapat memengaruhi keamanan dan ketepatan dari proses transaksi.

