



Strategi Pengembangan Koperasi Pedagang Kopi Ketiara dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ika Hartika^{1*}, Maulida Munte²

¹Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Takengon, Indonesia

²Prodi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Takengon, Indonesia

*Coresponding Author: ikahartika82@gmail.com

Article History

Submitted:
2/11/2025

Revised:
20/11/2025

Accepted:
16/12/2025

Published:
18/12/2025

Kata Kunci:

*Koperasi Syariah;
Strategi
Pengembangan
Usaha; Ekonomi
Islam; Maqāṣid al-
Syarī‘ah; Koperasi
Kopi*

Keywords: *Sharia
Cooperative;
Business
Development
Strategy; Islamic
Economics; Maqāṣid
al-Shari‘ah; Coffee
Cooperative*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pengembangan usaha Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang di Kabupaten Aceh Tengah dalam perspektif ekonomi Islam, khususnya dalam menghadapi dinamika persaingan global. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan pengurus dan anggota koperasi, serta studi dokumentasi dan literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha koperasi meliputi peningkatan kualitas produk kopi, promosi yang beretika, rekrutmen sumber daya manusia yang kompeten, serta penguatan tata kelola koperasi yang berlandaskan nilai kejujuran, keadilan, dan amanah. Praktik usaha koperasi secara konsisten mencerminkan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti al-‘adl (keadilan), as-sidq (kejujuran), amanah, dan maslahah, serta sejalan dengan maqāṣid al-syarī‘ah dalam menjaga harta, jiwa, akal, dan agama. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang berpotensi menjadi model koperasi syariah berbasis potensi lokal yang mampu mengintegrasikan nilai spiritual dan etika bisnis Islam dalam mendorong kesejahteraan bersama.

ABSTRACT

This study aims to analyze the business development strategies of the Ketara Umang Coffee Traders Cooperative in Central Aceh Regency from an Islamic economic perspective, particularly in response to global competition. The research employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, interviews with cooperative managers and

members, and relevant documentation and literature review. The findings indicate that the cooperative's development strategies include improving product quality, implementing ethical promotion practices, recruiting competent human resources, and strengthening cooperative governance based on honesty, justice, and trustworthiness. The cooperative's business activities consistently reflect Islamic economic principles such as justice (al-'adl), honesty (as-sidq), trust (amanah), and public benefit (maslahah), and align with the objectives of maqāṣid al-shari'ah in safeguarding wealth, life, intellect, and religion. This study concludes that the Ketiara Umang Coffee Traders Cooperative represents a viable model of a sharia-based cooperative that successfully integrates Islamic ethical values with local economic potential to promote sustainable collective welfare.

PENDAHULUAN

Koperasi merupakan salah satu pilar penting dalam sistem perekonomian Indonesia yang berdasarkan kekeluargaan dan gotong royong. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas dasar kekeluargaan. Koperasi dibentuk untuk memperjuangkan kepentingan ekonomi anggotanya melalui kerja sama yang adil, saling tolong-menolong, dan kebersamaan dalam mencapai kesejahteraan. Prinsip dasar koperasi yaitu “dari anggota, oleh anggota, dan untuk anggota” menjadi fondasi utama dalam setiap kegiatan usahanya.

Koperasi tidak hanya berfungsi sebagai lembaga ekonomi, tetapi juga memiliki peran sosial dalam membangun kemandirian dan memperkuat daya saing masyarakat. Keberadaan koperasi mendorong terciptanya pemerataan ekonomi serta menjadi sarana pemberdayaan masyarakat kecil, terutama di sektor pertanian dan perdagangan. Dalam praktiknya, koperasi yang sukses biasanya ditandai oleh adanya

partisipasi aktif anggota, pengelolaan yang transparan, serta penerapan strategi pengembangan usaha yang tepat. Koperasi yang berhasil mencapai tujuannya bukan sekadar keberhasilan ekonomi, melainkan juga wujud nyata dari pengamalan nilai-nilai sosial dan moral bangsa. Oleh karena itu, menumbuhkan semangat berkoperasi dalam masyarakat merupakan langkah penting untuk memperkuat fondasi ekonomi nasional.

Salah satu koperasi yang patut menjadi perhatian adalah Koperasi Pedagang Kopi Ketiara yang berlokasi di Kabupaten Aceh Tengah, Provinsi Aceh. Koperasi ini bergerak di bidang pengolahan, produksi, dan perdagangan kopi, serta tergolong sebagai koperasi produsen. Berdiri sejak 28 Oktober 2009, koperasi ini berawal dari inisiatif masyarakat petani kopi Gayo yang ingin memperjuangkan kesejahteraan mereka melalui sistem ekonomi yang lebih adil dan terorganisir. Tujuan utama berdirinya Koperasi Pedagang Kopi Ketiara adalah untuk memaksimalkan potensi daerah, memberdayakan petani, dan memperluas akses pasar, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Seiring dengan perkembangannya, Koperasi Pedagang Kopi Ketiara telah menunjukkan kemajuan yang signifikan. Pada tahun 2011, koperasi ini mulai menembus pasar ekspor dengan mengirimkan kopi berkualitas tinggi ke berbagai negara. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa koperasi lokal dapat bersaing di pasar global apabila memiliki sistem manajemen yang profesional dan produk yang memenuhi standar internasional. Hingga saat ini, koperasi ini telah memiliki 1.710 anggota petani kopi dengan luas lahan pertanian kopi organik mencapai 1.750,75 hektar. Keberhasilan ini menjadikan Koperasi Pedagang Kopi Ketiara sebagai salah satu model koperasi yang berorientasi pada kesejahteraan anggota sekaligus pelestarian lingkungan melalui pertanian organik.

Kopi Gayo yang menjadi produk utama koperasi ini dikenal sebagai salah satu kopi terbaik di dunia karena memiliki cita rasa khas, aroma kuat, dan kualitas yang konsisten. Kopi Gayo juga telah mendapatkan

pengakuan internasional melalui sertifikasi Fair Trade dan Organic Certification, yang menegaskan bahwa produk tersebut dihasilkan melalui proses yang adil, ramah lingkungan, dan beretika. Keberadaan Koperasi Pedagang Kopi Ketiaru turut memberikan dampak positif terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar, terutama dengan memberikan harga beli yang lebih tinggi kepada petani dibandingkan dengan tengkulak atau pedagang perantara. Bahkan, koperasi ini juga membeli hasil panen dari petani nonanggota dengan harga yang adil sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas.

Meskipun demikian, ditengah perkembangan industri kopi yang semakin pesat, koperasi ini dihadapkan pada berbagai tantangan. Persaingan usaha yang ketat, perubahan selera konsumen global, fluktuasi harga kopi di pasar internasional, serta tuntutan peningkatan kualitas produk menjadi isu yang harus dihadapi dengan strategi pengembangan usaha yang matang. Untuk menjaga eksistensi dan memperluas pasar, koperasi perlu memiliki perencanaan yang strategis, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan. Strategi pengembangan yang efektif dapat dilakukan melalui peningkatan kompetensi sumber daya manusia, modernisasi peralatan produksi, peningkatan kualitas produk, serta diversifikasi usaha agar koperasi tidak bergantung hanya pada satu jenis komoditas.

Dari perspektif ekonomi Islam, koperasi memiliki kesesuaian yang erat dengan prinsip-prinsip syariah, karena keduanya menekankan keadilan, kebersamaan, dan kesejahteraan bersama. Ekonomi Islam memandang bahwa kegiatan ekonomi harus dilandasi nilai-nilai moral seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, tanggung jawab (*mas'uliyyah*), dan keadilan ('adl). Oleh karena itu, pengembangan koperasi berbasis ekonomi Islam perlu memperhatikan dua faktor utama, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi organisasi, sumber daya manusia, unit usaha, dan pengelolaan keuangan. Dalam konteks koperasi syariah, pengelolaan keuangan harus menghindari praktik riba,

gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi). Semua transaksi harus transparan dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Sementara itu, faktor eksternal meliputi kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, lingkungan sosial budaya, serta persaingan pasar. Dalam pandangan Islam, kebijakan ekonomi harus menjamin keadilan distribusi, keseimbangan sumber daya, serta mencegah eksplorasi pihak yang lemah. Persaingan usaha harus dilakukan secara sehat dan jujur, tanpa menjatuhkan pihak lain atau menggunakan cara-cara yang tidak halal. Teknologi dan inovasi juga harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, bukan menimbulkan keresahan sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, Koperasi Pedagang Kopi Ketiara merupakan contoh nyata keberhasilan koperasi lokal yang mampu mengangkat potensi daerah dan bersaing di pasar global. Namun, agar keberhasilan ini dapat berkelanjutan, diperlukan strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam dan prinsip-prinsip koperasi. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian di Koperasi Pedagang Kopi Ketiara untuk menganalisis bagaimana strategi pengembangan usaha diterapkan dalam meningkatkan kesejahteraan anggota serta menjaga keberlanjutan usaha di tengah dinamika pasar global. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan model koperasi syariah di sektor agribisnis, khususnya dalam memberdayakan petani dan memperkuat ekonomi daerah berbasis nilai-nilai Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi secara alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Objek penelitian dikaji dalam kondisi yang ada (natural setting), tanpa adanya manipulasi atau perlakuan khusus dari peneliti. Menurut Moleong (2019), penelitian kualitatif berfokus pada makna, pemahaman, dan interpretasi terhadap suatu

fenomena sosial berdasarkan perspektif partisipan. Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu: yang diperoleh langsung dari hasil observasi dan wawancara dengan informan kunci, seperti pemilik dan pengurus koperasi, dan yang diperoleh melalui studi kepustakaan (library research) yang mencakup buku, jurnal, laporan kegiatan, dokumen koperasi, serta arsip lain yang relevan dengan topik penelitian.

Untuk memperoleh data yang konkret dan relevan, observasi dilakukan secara langsung di lapangan untuk memahami aktivitas dan dinamika operasional Koperasi Pedagang Kopi Ketiara. Melalui pengamatan ini, diperoleh gambaran nyata mengenai strategi pengembangan usaha yang diterapkan koperasi. Selanjutnya wawancara untuk menggali informasi tambahan yang muncul selama proses wawancara, termasuk kendala dan peluang yang dihadapi koperasi dalam pengembangan usahanya. Data yang dikumpulkan berupa arsip, laporan kegiatan, surat keputusan, catatan rapat, serta dokumen lain yang relevan dengan fokus penelitian. Format dokumentasi disusun agar data dapat dikumpulkan secara sistematis dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif deskriptif sebagaimana dikemukakan oleh Miles and Huberman (2014). Pendekatan ini dianggap sesuai untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai kondisi koperasi dan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan (Kotler & Keller, 2016; Wheelen & Hunger, 2012).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dataran tinggi Gayo memiliki karakteristik alam yang sangat cocok untuk tanaman kopi Arabika. Ketinggiannya lebih dari 900 m dpl dan 1.700 m dpl, dengan curah hujan 1.834 mm per tahun dengan 149 hari hujan yang merupakan sangat ideal untuk pohon kopi Arabika oleh para ahli kopi, tak heran jika dilihat didataran tinggi Gayo dipenuhi kebun kopi. Keberadaan kopi di dataran tinggi Gayo telah ada pada tahun 1908.

Kopi Gayo telah dikenal dipasar dunia dengan citarasa dan ciri khas aroma, perisa (plavor) kompleks dan kekentalannya (body) yang kuat. Berdasarkan keterangan tersebut koperasi pedagang kopi (Kopepi) Ketiara bermaksud mewujudkan kesejahteraan anggotanya melalui usaha dibidang perdagangan biji kopi.

Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang telah menerapkan berbagai strategi dalam upaya meningkatkan penjualan produk kopi yang dikelolanya. Strategi tersebut dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, promosi yang beretika, serta pengembangan sumber daya manusia (SDM). Secara khusus, koperasi berupaya menjaga mutu kopi yang akan dieksport agar sesuai dengan standar internasional, melakukan kegiatan promosi yang efektif, serta memberikan pelatihan bagi para karyawan untuk meningkatkan kompetensi dan profesionalisme dalam menjalankan kegiatan usaha. Dalam menjalankan kegiatan memproduksinya Koperasi Ketiara sangat ramah lingkungan karna tidak menggunakan zat kimia bahkan hanya menggunakan bahan-bahan alami seperti kotoran ternak, kulit ceri atau buah kopi kemudian sampah gabah kopi sendiri.

Koperasi Pedagang Kopi ini dalam melakukan promosi atau pengenalan produk dengan cara mengikuti pameran diluar negeri yang diadakan oleh Pluser yaitu kantor pusat yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dengan cara pemberitahuan kepada pihak koperasi Ketiara melalui email bahwa akan diadakan pameran kopi kemudian Koperasi akan membawa sampel yang akan di pamerkan. Pameran kopi yang telah diikuti oleh Koperasi Pedagang Kopi Ketiara adalah:

1. SCAA (Specialty Coffe Assosiation Of America), di Amerika
2. SCAE (Specialty Coffe Of Europe), di eropa,
3. World Of Coffe, di Amsterdam dan
4. Achipalego Exhebition, di Malaysia

Selain melakukan pameran Koperasi juga melakukan promosi dengan menggunakan brosur dan menggunakan media sosial seperti facebook, Instagram dan website dengan memposting foto dan ada

penjelasanya mengenai kualitas yang ditawarkan oleh Koperasi Pedagang Kopi Ketiara

Dari perspektif ekonomi Islam, strategi yang diterapkan oleh Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang telah mencerminkan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi. Hal ini dapat dijelaskan melalui beberapa aspek berikut:

a. Produk Halal dan Berkualitas

Produk yang diperdagangkan oleh Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang merupakan hasil pertanian berupa biji kopi yang halal dan telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh pembeli. Prinsip halal dan thayyib (baik) menjadi dasar utama dalam kegiatan produksi, sebagaimana diatur dalam ajaran Islam yang menekankan pentingnya menghasilkan produk yang bermanfaat dan tidak menimbulkan mudarat bagi konsumen.

b. Penetapan Harga yang Adil

Dalam aspek penetapan harga, koperasi tidak memberlakukan harga yang merugikan atau memberatkan konsumen. Harga yang ditetapkan disesuaikan dengan kondisi pasar yang berlaku, sehingga mencerminkan prinsip keadilan (al-'adl) dan keseimbangan (al-wasathiyyah) dalam transaksi. Praktik ini sesuai dengan konsep al-tsaman al-'adl (harga yang adil) dalam ekonomi Islam, di mana tidak diperbolehkan adanya eksplorasi baik terhadap produsen maupun konsumen.

c. Mekanisme Distribusi yang Etis

Kegiatan distribusi produk dilakukan secara transparan dan sukarela antara petani kopi dan koperasi. Koperasi tidak melakukan praktik penimbunan (ihtikar) maupun pencegatan distribusi di tengah jalur perdagangan. Petani secara sukarela menjual hasil panen kopinya kepada koperasi dengan harga yang lebih kompetitif dibandingkan pembeli lain. Hal ini menunjukkan penerapan prinsip ridha bi al-ridha (kerelaan kedua belah pihak) dalam transaksi yang menjadi dasar keabsahan akad jual beli dalam Islam.

d. Promosi yang Jujur dan berintegritas

Dalam aspek promosi, Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang menekankan kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab moral. Informasi yang disampaikan kepada calon pembeli selalu berdasarkan pada kondisi nyata produk tanpa adanya unsur manipulasi atau penipuan (gharar). Setiap kegiatan promosi dilakukan dengan kesadaran bahwa seluruh aktivitas ekonomi diawasi oleh Allah SWT, sehingga nilai kejujuran (sidq) dan amanah menjadi landasan utama dalam menjalankan usaha.

Secara keseluruhan, strategi yang diterapkan oleh Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang telah sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, yaitu keadilan, kejujuran, kemaslahatan, dan keberlanjutan. Pendekatan ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan ekonomi, tetapi juga pada terciptanya nilai-nilai etika dan spiritual dalam aktivitas bisnis, sebagaimana diamanatkan dalam konsep maqashid al-syari'ah untuk mewujudkan kemaslahatan umat.

Strategi kedua yang diterapkan oleh Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang dalam upaya pengembangan dan peningkatan kinerja koperasi adalah melalui rekrutmen karyawan yang berkompeten dan berintegritas tinggi. Proses rekrutmen yang dilakukan koperasi telah sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, di mana setiap individu yang direkrut ditempatkan sesuai dengan bidang keahliannya dan dipilih berdasarkan kemampuan, kejujuran, serta tanggung jawab moral. Prinsip amanah dan fathonah (kecerdasan dan profesionalitas) menjadi dasar utama dalam penempatan sumber daya manusia, sehingga setiap karyawan memiliki tanggung jawab dan kesadaran etis dalam menjalankan tugasnya.

Koperasi juga menekankan pentingnya membangun lingkungan kerja yang harmonis dan berkeadilan. Seluruh anggota dan karyawan diperlakukan secara setara tanpa adanya diskriminasi, penindasan (dzalim), penipuan (gharar), maupun intimidasi terhadap pihak tertentu.

Hal ini mencerminkan penerapan nilai ukhuwwah (persaudaraan) dan ‘adl (keadilan) dalam hubungan kerja. Untuk mempererat hubungan antaranggota dan pimpinan, koperasi secara rutin mengadakan kegiatan kebersamaan seperti perayaan Hari Kemerdekaan melalui berbagai perlombaan dan kegiatan sosial yang bersifat rekreatif. Kegiatan tersebut tidak hanya memperkuat solidaritas, tetapi juga menumbuhkan semangat kolektivitas dan loyalitas terhadap koperasi.

Keunggulan utama dari strategi yang diterapkan Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang terletak pada komitmen menjaga kualitas produk dan tata kelola usaha yang berorientasi pada standar tinggi. Koperasi secara konsisten mempertahankan mutu kopi yang dihasilkan sesuai dengan prosedur dan standar operasional yang telah ditetapkan. Hal ini berimplikasi pada meningkatnya kepercayaan konsumen, baik di pasar domestik maupun internasional, serta memperluas pangsa pasar produk kopi Ketiara. Konsistensi terhadap kualitas juga mencerminkan penerapan nilai ihsan dalam bekerja, yakni melakukan pekerjaan dengan sebaik-baiknya demi memperoleh hasil yang optimal dan diridhai oleh Allah SWT.

Meskipun demikian, strategi pengembangan yang dilakukan oleh koperasi masih memiliki beberapa kelemahan. Salah satu keterbatasannya adalah belum optimalnya penerapan strategi secara menyeluruh dalam semua aspek manajerial. Untuk mencapai pengembangan koperasi yang berkelanjutan, sebaiknya Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang mengintegrasikan seluruh unsur strategi yang meliputi:

1. Strategi konsep pasar, untuk memahami kebutuhan konsumen secara mendalam.
2. Strategi koperasi dalam sistem pasar, agar mampu bersaing secara sehat dalam konteks ekonomi global.
3. Strategi peningkatan daya jual produk, melalui inovasi dan diversifikasi produk.

4. Strategi rekrutmen anggota yang berkompeten, dengan sistem kaderisasi berbasis keahlian dan nilai Islam.
5. Perbaikan internal koperasi, mencakup manajemen, administrasi, dan sistem keuangan yang transparan.
6. Penerapan kriteria identitas koperasi syariah, agar nilai-nilai Islam semakin terinternalisasi dalam budaya organisasi.
7. Penguatan kekuatan ekonomi dan politik, untuk memperluas jaringan kerja sama dengan lembaga-lembaga ekonomi dan pemerintah.

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut secara terintegrasi, Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang akan mampu mengoptimalkan perannya sebagai lembaga ekonomi berbasis syariah yang berdaya saing tinggi, berkeadilan, serta berorientasi pada kemaslahatan masyarakat

Penerapan strategi Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang dapat dianalisis melalui kerangka ekonomi Islam, yang menempatkan aktivitas ekonomi tidak hanya sebagai upaya memperoleh keuntungan (profit oriented), tetapi juga sebagai bentuk ibadah (ibadah ghairu mahdah) yang bertujuan mencapai kemaslahatan umat (maslahah al-‘ammah). Dalam konteks ini, setiap keputusan manajerial dan strategi pengembangan yang dilakukan oleh koperasi harus mencerminkan nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial sebagaimana diatur dalam prinsip maqāṣid al-syarī‘ah. Berikut beberapa analisis strategi pengembangan koperasi dalam perspektif ekonomi Islam:

Analisis Berdasarkan Maqāṣid al-Syarī‘ah

Menurut al-Ghazali dan al-Syatibi, maqāṣid al-syarī‘ah mencakup lima tujuan utama syariat, yaitu menjaga agama (hifz al-dīn), jiwa (hifz al-nafs), akal (hifz al-‘aql), keturunan (hifz al-nasl), dan harta (hifz al-māl). Strategi yang diterapkan oleh Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang merepresentasikan beberapa aspek tersebut, antara lain:

1. Hifz al-māl (menjaga harta): Koperasi menjaga kepercayaan petani dan pembeli dengan sistem transaksi yang adil, transparan, dan bebas dari unsur penipuan (gharar) serta riba.

2. Hifz al-nafs (menjaga jiwa): Dengan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan bebas dari penindasan, koperasi telah melindungi kesejahteraan dan martabat karyawan.
3. Hifz al-'aql (menjaga akal): Melalui pelatihan dan peningkatan kompetensi SDM, koperasi mendukung pengembangan pengetahuan dan keterampilan anggota.
4. Hifz al-dīn (menjaga agama): Pelaksanaan kegiatan ekonomi yang berlandaskan nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab mencerminkan ketaatan terhadap prinsip-prinsip syariah.

Dengan demikian, seluruh aktivitas ekonomi koperasi tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mengarah pada terwujudnya keseimbangan antara kepentingan dunia dan akhirat.

Analisis Berdasarkan Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam menekankan pentingnya integrasi antara moralitas dan aktivitas ekonomi. Dalam praktiknya, koperasi telah menerapkan prinsip al-amana (kepercayaan), al-'adl (keadilan), dan as-sidq (kejujuran) dalam setiap aktivitasnya. Dalam konteks produksi, koperasi memastikan bahwa kopi yang dihasilkan halal, berkualitas, dan tidak merugikan konsumen, sesuai dengan konsep halalan tayyiban. Dalam penetapan harga, koperasi menerapkan prinsip keadilan, menghindari praktik monopoli atau eksplorasi terhadap pihak mana pun. Dalam promosi dan pemasaran, koperasi menolak segala bentuk manipulasi informasi dan menekankan transparansi dalam menjelaskan kualitas produk kepada pembeli.

Analisis Berdasarkan Manajemen SDM Syariah

Dalam konteks manajemen sumber daya manusia, koperasi telah menerapkan prinsip penempatan kerja berdasarkan kompetensi dan amanah. Dengan merekrut karyawan yang memiliki keahlian dan integritas, koperasi menerapkan sistem kerja yang berkeadilan dan profesional. Selain itu, koperasi juga menciptakan iklim kerja yang penuh kebersamaan, di mana pimpinan dan anggota menjalin hubungan

yang dilandasi rasa hormat, solidaritas, dan semangat ukhuwah Islamiyah. Melalui pelatihan, pembinaan, dan kegiatan kebersamaan, koperasi berhasil memperkuat rasa tanggung jawab kolektif dan loyalitas karyawan terhadap lembaga. Hal ini sejalan dengan konsep tazkiyah al-nafs (penyucian diri) dalam Islam, di mana peningkatan spiritualitas individu diharapkan dapat meningkatkan etos kerja dan kualitas pelayanan.

KESIMPULAN

Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang merupakan salah satu model koperasi berbasis masyarakat yang berhasil mengimplementasikan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam kegiatan usahanya. Strategi pengembangan usaha yang diterapkan koperasi tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan ekonomi, tetapi juga menekankan aspek keadilan, kejujuran, kemaslahatan, dan keberlanjutan. Secara praktis, koperasi menerapkan beberapa strategi utama, antara lain peningkatan kualitas produk kopi agar memenuhi standar internasional, promosi yang beretika dan transparan, serta pengembangan sumber daya manusia yang berkompeten dan berintegritas. Dalam perspektif ekonomi Islam, strategi tersebut mencerminkan penerapan nilai-nilai maqāṣid al-syari‘ah, terutama dalam menjaga harta (hifz al-māl), menjaga jiwa (hifz al-nafs), dan menjaga akal (hifz al-‘aql). Selain itu, koperasi juga menerapkan prinsip al-amānah (kepercayaan), al-‘adl (keadilan), dan as-sidq (kejujuran) dalam setiap kegiatan bisnisnya.

Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang terbukti mampu menciptakan lingkungan ekonomi yang adil dan partisipatif, meningkatkan kesejahteraan anggota, serta memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian daerah. Keberhasilannya dalam mengembangkan produk kopi organik dan menembus pasar ekspor menunjukkan bahwa koperasi lokal dapat bersaing secara global apabila dikelola dengan profesional dan sesuai dengan prinsip syariah.

Meskipun demikian, koperasi masih menghadapi tantangan berupa persaingan pasar global, fluktuasi harga kopi internasional, dan keterbatasan inovasi manajerial. Oleh karena itu, koperasi perlu memperkuat integrasi strategi pengembangan yang mencakup inovasi produk, perbaikan sistem manajemen, peningkatan kompetensi SDM, serta penerapan penuh identitas koperasi syariah. Dengan penguatan strategi yang holistik dan berlandaskan nilai-nilai Islam, Koperasi Pedagang Kopi Ketiara Umang berpotensi menjadi model koperasi syariah agribisnis yang berdaya saing, berkeadilan, dan berorientasi pada kemaslahatan umat di tingkat nasional maupun internasional.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Ghazali. (n.d.). Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul [The Essentials of Islamic Jurisprudence]. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Al-Syatibi, I. (1997). Al-Muwafaqat fi Usul al-Shari'ah (Vol. 2). Dar al-Ma'rifah.
- Antonio, M. S. (2001). Bank syariah: Dari teori ke praktik. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hasan Ali, A. M. (2023). Community-based economic development and partnership cooperation: The economics strategy for prosperity of the ummah. Samarah: Jurnal Hukum Keluarga dan Hukum Islam, 8(2). <https://doi.org/10.22373/sjhk.v8i2.22925>
- Huda, N., & Heykal, M. (2010). Lembaga keuangan Islam: Tinjauan teoritis dan praktis. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2019). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Muljono, D. (2012). Buku pintar strategi bisnis koperasi simpan pinjam. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Praja, S. J. (2012). Ekonomi syari'ah. Bandung: C.V. Pustaka Setia.
- Rachmat. (2014). Manajemen strategik. Bandung: C.V. Pustaka Setia.

- Rahman, A. (2010). Etika bisnis dalam perspektif Islam. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Riniwati, H. (2016). Manajemen sumber daya manusia. Malang: UB Press.
- Rusydiana, A. S., & Ibn Khaldun University, A. D. (2018). Mengembangkan koperasi syariah di Indonesia: Pendekatan Interpretative Structural Modelling (ISM). *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1). <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2181>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian. (1992). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1992 Nomor 116.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). Strategic management and business policy: Toward global sustainability (13th ed.). Pearson Education.