# **SKRIPSI**

# MANAJEMEN RISIKO PENJUALAN SEAFOOD DI PASAR SENTRAL SIWA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM



PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
ISTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2022

# MANAJEMEN RISIKO PENJUALAN SEAFOOD DI PASAR SENTRAL SIWA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM



**OLEH** 

YUSRIANTI NIM: 17.2900.008

Skripsi sebagai salah s<mark>atu</mark> syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Manajemen keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

# PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM ISTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

2022

# PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar

Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Nama Mahasiswa : Yusrianti

NIM : 17.2900.008

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing: SK. Dekan FEBI IAIN Parepare

Nomor B.1062/In.39.8/PP.00.9/3/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Hj. Marhani, Lc., M.Ag.

NIP : 19611231 199803 2 012

Pembimbing Pendamping : Bahtiar, S.Ag., M.A.

NIP : 197205051 199803 1 004

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

hammad Kamal Zubair, M.A 730129 200501 1 004

### PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi :Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral

Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Nama Mahasiswa : Yusrianti

: 17.2900.008 NIM

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing: SK. Dekan FEBI IAIN Parepare

Nomor B.1062/In.39.8/PP.00.9/3/2021

Tanggal Kelulusan : 25 Februari 2022

Disahkan Oleh Komişi Penguji: 1:

Dr. Hj. Marhani, Lc., M. Ag.

(Ketua)

Bahtiar, S.Ag., M.A.

(Sekertaris)

Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.

(Anggota)

Abdul Hamid, S.E., M.M.

(Anggota)

Mengetahui:

Dekan,

Eakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

nammad Kamal Zubair, M.A 30129 200501 1 004

### **KATA PENGANTAR**

بِسْ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

الْحَمْدُ اللهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصَّلاَةُ وَالسَّلاَمُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمَدُ اللهِ وَصَحْبِها جُمْعِيْنَ أَمَّا بَعْد

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memproleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Jumawati dan Ayahanda tercinta Ridwan Japa berkat pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat waktu.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ibu Dr. Hj. Marhani, Lc.,M.Ag. dan Bapak Bahtiar,S.Ag.,M.A. Selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

- Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
- 2. Bapak Dr. Kamal Zubair, M. Ag. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdiannya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa IAIN Parepare.
- 3. Ibu Dr. Damirah, S.E.,M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah yang telah banyak memberikan dukungan, bantuan dan meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.

- 4. Bapak Dr. M. Ali Rusdi, S.Th.I, M.H.I. Selaku dosen Penasihat Akademik yang selama ini telah memberikan berbagai nasehat, motivasi, dukungan dan bantuannya dalam menjalani aktivitas akademik.
- 5. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare yang telah meluangkan waktunya tenanga dan fikiran untuk mengajari dan membagi ilmu kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing yang mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
- Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare terutama dalam menyusun Skripsi ini.
- 7. Jajaran Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu mulai proses menjadi mahasiswa sampai keberbagai pengurusan untuk berkas ujian penyelesaian studi.
- 8. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang telah memberikan izin dan datanya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
- 9. Kepala Pasar Kota Siwa dan masyarakat di kecamatan Pitumpanua Kabupaten Wajo atas izin dan datanya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
- 10. Saudara dan keluarga tercinta yang selalu mendukung mensuport serta mendoakan penulis.
- 11. Komunitas One Day One Juz (ODOJ) menjadi organisasi saat penulis mengenyam pendidikan di IAIN Parepare.
- 12. Sahabat tercinta, FAILKA, Muh. Izhar, Nur fauziah, Nur Hikmah, Suharni, Hartati daha, Marsa, Asfarina Syam dan teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang selama ini telah menemani dalam suka maupun duka, mendoakan, selalu memberikan dukungan, bantuan dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Serta yang tak hentinya memberikan bantuan dan semangat teman-teman seperjuangan angkatan 2017 Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang ikut serta memberikan dukungan kepada penulis dalam rangka memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moral maupun material hingga tulisan ini dapat terselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ini. Kritik dan saran yang sifatnya membangun sehingga penulis dapat berkarya yang lebih baik pada masa yang akan datang. Terakhir, penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran kontruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 14 Januari 2022 11 Rajab 1443

Penulis,

Yusrianti

Nim 17.2900.008

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yusrianti

NIM : 17.2900.008

Tempat/Tgl Lahir : Kolaka, 10 April 1998

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa

dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang laim, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 14 Januari 2022 11 Rajab 1443

Penyusun,

Yusrianti

NIM: 17.2900.008

### **ABSTRAK**

Yusrianti, Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektof Etika Bisnis Islam. (Dibimbing Oleh. Hj. Marhani dan Bahtiar.)

Manajemen risiko merupakan suatu proses untuk mengetahui risiko secara dini dan berusaha untuk menghindari atau meminimalisir dampak dari risiko yang terjadi. Dalam suatu usaha seorang pemilik usaha harus dapat memanajemen risikorisiko yang muncul dengan baik agar dapat tetap meningkatkan profitabilitas usaha yang dijalankan. Akan tetapi dalam meminimalisir risiko yang muncul pemilik usaha harus tetap dalam koridor Islam dengan tidak menyimpang pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang berlaku seperti dalam prinsip keseimbangan dan tanggung jawab.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan kualitatif yang dihasilkan dari kata-kata tertulis dan perilaku yang dapat diamati melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penerapan fungsi-fungsimanajemen risiko penjualan seafood di Pasar Sentral Siwa telah diterapkan dengan baik. Baik itu prinsip perencanaan, pelaksanaan maupun pengendalian, dalam menerapkan fungsi manajmen risiko penjualan seafood di Pasar Sentral Siwa. Adapun Jenis-jenis Risiko pada penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa, yakni Resiko Modal yang modal usahanya ditanggung sendiri dan ditanggung bersama. Risiko Pasar, yang biasanya terjadi jika musim panen yang mengakibatkan harga jual rendah, dan Risiko Operasional, Pada umumnya penjual seafood di Pasar Sentral Siwa tidak melakukan langkah-langkah mengatasi risiko dalam prinsip Etika bisnis Islam yang dianggap mengabaikan prinsip keseimbangan dan tanggung jawab, karena dalam praktek tekhniknya mencampurkan seafood yang kondisinya kurang baik dengan seafood yang kondisinya baik.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Manajemen Risiko, Seafood.

# **DAFTAR ISI**

Halamar
HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBINGii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI iii
KATA PENGANTARiv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSIv
ABSTRAKvi
DAFTAR ISIix
DAFTAR GAMBAR vii
DAFTAR LAMPIRANxii
PEDOMAN LITERASI xiv
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah1
B. Rumusan Masalah
C. Tujuan Penelitian5
D. Kegunaan Penelitian
BAB II TINJAUAN PUSTAKA
A. Tinjauan Penelitian Relevan7
B. Tinjauan Teori8
1. Teori Manajemen Resiko8
2. Teori <i>Seafood</i>
3. Teori Penjualan
•
C. Tinjauan Konseptual
D. Kerangka Pikir 31

# BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
C. FokusPenelitian	33
D. Jenis dan Sumber Data	34
E. Teknik Pengumpulan dan pengolahan data	35
F. Uji Keabsahan Data	36
G. Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Penerapan Fungsi-fungsi Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentra	al
Siwa	40
B. Jenis-jenis R <mark>isiko Pe</mark> njualan <i>Seafood</i> di Pasar Sentral Siwa	48
C. Langkah-langkah mengatasi manajemen Risiko di Pasar Sentral Si	wa
dalam perspektif etika Bisnis Islam	52
BAB V PENUTUP	65
A. Simpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN-LAMPIRAN	IV
BIODATA PENULIS	XXXIV

# **DAFTAR GAMBAR**

No	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	31



# **DAFTAR LAMPIRAN**

NO	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Penetapan Pembimbing	V
2	Surat Izin Meneliti dari Kampus	VI
3	Surat Izin Penelitian Dari PEMDA	VII
4	Surat Keterangan Selesai Meneliti	VIII
5	Lembar Observasi Penelitian	IX
6	Instrumen Wawancara	X
7	Hasil Wawancara	XII
8	Surat Keterangan Wawancara	XLII
9	Surat Pernyataan dari Informan	LVI
10	Dokumentasi	LXIX
11	Biodata Penulis	XXXVII



# TRANSLITERASI DANSINGKATAN

# A. Transliterasi

# 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam hurufLatin:

Dartai nurui banasa Arab dan transherasinya ke daram nurutzann.					
	Hurut	f	Nama	Huruf Latin	Nama
	Í		Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
	ب		Ba	В	Be
	ث		Ta	T	Te
	ث		Tha	Th	te dan ha
	ج		Jim	J	Je
	۲		На	PARE	ha (dengan titik di bawah)
	خ		Kha	Kh	ka dan ha
	٦		Dal	D	De
	ذ		Dhal	Dh	de dan ha
	J		Ra	R	Er
	ز		Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	Ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ģ	de (dengan titik di bawah)
ط	Та	ţ	te (dengan titik di bawah)
岩	Za	Z	zet ((dengan titik di bawah)
ع	ʻain	·	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	PARE	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
d	На	Н	На
¢	Hamzah	,	Apostrof

|--|

Hamzah (\*) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(').

### 2. Vokal

a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagaiberikut:

		, 0	
Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
1	Fathah	A	A
1	Kasrah	I	I
1	Dammah	U	U

b. Vokal rangkap (diftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf,transliterasinyaberupagabunganhuruf,yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ئي.	fathah dan ya	Ai	a dan i
۔ و	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

kaifa: كَيْفَ

بَوْلَ : ḥaula

# 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupaharkatdanhuruf,transliterasinyaberupahuruf dan tanda,yaitu:

Harkat Nama	Huruf	Nama
-------------	-------	------

dan Huruf		dan Tanda	
ــًا / ـُــى	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
چي	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
ئۆ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

### Contoh:

: māta

ramā : رَ مَى

: qīla : قَيْلَ

yamūtu : yamūtu

# 4. TaMarbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- a. *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- b. ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah[h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### Contoh:

rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah : رَوْضَهُ الْخُلَّةِ

al-madīnah al-fāḍilah atau al- madīnatul fāḍilah: اَلْمَدِيْنَةُ الْقَاضِاةِ

: al-hikmah

### 5. Syaddah(Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (-), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

### Contoh:

: Rabbanā

: Najjainā نَخُيْنَا

al-haqq : الْحَقُ

: al-hajj

nu''ima : نُعَمَ

: 'aduwwun عَدُوَّ

Jika huruf عن bertasydid diakhir sebuah kata dandidahului oleh huruf kasrah ( تونّ ) maka ialitransliterasi seperti huruf maddah (i).

### Contoh:

: 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby) عَرَبِيُ

: 'Ali (bukan 'A<mark>ly</mark>y a<mark>tau 'Aly)</mark>

### 6. KataSandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf V(aliflam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Katasandang ditulister pisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengangaris mendatar (-).

#### Contoh:

: al-syamsu (bukan asy-syamsu)

: al-zalzalah (bukan az-zalzalah)

: al-falsafah

: al-bilādu

#### 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof () hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, iatidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

### Contoh:

ta'murūna : تأمُرُونَ

: al-nau ألنُّو ءُ

syai 'un : syai 'un

: Umirtu امرثت

### 8. Kata Arab yang lazimdigunakandalam Bahasa Indonesia

Kata,istilahataukalimatArabyangditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

#### Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

*Al-sunnah qabl al-tadwin* 

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

يِنُ اللهِ Dīnullah

billah بالله

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْفِيرَحْمَةِاللهِ

Hum fī rahmatillāh

10. HurufKapital

Walau sistemtulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebutmenggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an Nasir al-Din al-Tusī

#### Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan  $Ab\bar{u}$  (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: IbnuRusyd,Abūal-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid MuhammadIbnu)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan:Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)

# B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.  $= sub h \bar{a} nah \bar{u} wa ta' \bar{a} la$ 

saw. = şallallāhu 'alaihi wa sallam

a.s. = 'alaihi al- sallām

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

1. = Lahir tahun

w. = Wafat tahun

 $QS \dots / \dots : 4 = QS \text{ al-Baqarah}/2:187 \text{ atau } QS$ 

Ibrahīm/..., ayat 4

HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

صفحة = ص

بدون مکان = دو

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor).

Karena dalam bahasa Indonesia kata "editor" berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al.: "Dan lain-lain" atau "dan kawan-kawan" (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. ("dan kawan-kawan") yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj.: Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol.: Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan katajuz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dansebagainya.

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Islam mendorong pemeluknya untuk mencari rezeki yang berkah, mendorong berproduksi dan menekuni aktivitas ekonomi di berbagai bidang usaha, seperti pertanian, perkebunan, industri, perdagangan dan bidang-bidang usaha lainnya. Islam mendorong setiap amal perbuatan hendaknya menghasilkan produk atau jasa tertentu yang bermanfaat bagi umat Manusia, atau mendatangkan kemakmuran dan kesejahteraan bersama terhadap usaha tersebut. islam memberi nilai tambah sebagai ibadah kepada Allah swt. dan jihad di jalannya. <sup>1</sup>

Allah menciptakan manusia dengan sifat saling tolong menolong menolong membutuhkan antara satu dengan yang lainnya, dimana manusia itu makhluk sosial. Tidak ada yang dapat memenuhi kebutuhannya dengan sendiri dan dia pasti memerlukan kebutuhan orang lain.<sup>2</sup>

Mengembangkan dan menguasai perdagangan untuk aktivitas ekonomi manusia dengan sifat saling tolong menolong membutuhkan antara satu dengan yang lainnya tentunya hal itu dilakukan berbagai inovasi, bahkan tidak sedikit yang melakukan kerjasama antara satu pihak dengan pihak yang lainnya, tentunya hal itu dilakukan untuk mempertahankan eksikusi perusahaaan yang dijalani serta untuk mencapai suatu tujuan yang salah satunya adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

Manusia di dalam hidupnya selalu dihadapkan dengan resiko dan peristiwa yang tidak terduga akan terjadi, yang dapat menimbulkan kerugian baik bagi perorangan maupun perusahaan, sehingga banyak orang ingin menolak risiko,

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Islam*, (jakarta:Gema, Insani Press, 1997).h.15.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Cet. ke 31 Edisi 4 (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada),h..25.

dengan alasan selalu ingin aman dan tentram. Kemampuan mengelak dari suatu risiko, maka disitupun akan menemukan risiko yang lainnya.

Manajemen risiko yang mengetahui, menganalisis, serta mengendalikan risiko dalam setiap kegiatan perdagangan dan perusahaan, dengan tujuan untuk memperoleh efektifitas efisiensi yang lebih baik.<sup>3</sup> manajemen risiko ini terlihat jelas bahwasanya manajemen risiko suatu proses untuk mengetahui risiko secara dini dan berusaha untuk menghindari atau meminimalisir dampak dari risiko yang terjadi.

Kondisi terjadinya risiko operasional sangat dipengaruhi tinggi rendahnya kualitas kematangan yang dimiliki manajer suatu perusahaan, seseorang pemilik dalam mengambil setiap keputusan harus memikirkan dampak yang akan timbul baik secara jangka pendek maupun jangka panjang.

Menambah produksi saos cabe bagi seorang pedagang atau pemilik produksi harus memperhatikan secara betul-betul jika pasaran cabe dipasarkan berada dalam kondisi harga normal dan jika harga cabe menuju kepada kondisi harga tidak normal maka apa antisipasi yang harus dilakukan oleh seorang penjual agar usaha tersebut tidak terhenti dan order barang dapat terus dilakukan. Seperti halnya transksi jual beli Seafood ketika pemilik usaha atau penjual mend<mark>apatkan tangkap</mark>an hasil laut (seafood) dari para Nelayan dengan kondisi tangkapan yang kurang layak maka pemilik usaha tersebut harus benar-benar dapat mensiasati bagaimana seafood agar pendistribusian seafood yang dilakukan oleh pemilik usaha tersebut tetap mendapatkan keuntungan.

Etika refleksi manusia tentang apa yang dilakukan dan dikerjakan. Etika juga membantu untuk mencari alasan mengapa suatu perbuatan harus dilakukan atau sebaliknya tidak untuk dilakukan. Dengan demikian, Etika

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Pandji Anoranga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka, Cipta, 2009), h. 328.

menuntut orang agar sungguh-sungguh menjadi baik, agar memiliki sikap etis. Orang yang bersikap etis tidak akan munafik, tetapi akan mengutamakan kejujuran dan kebenaran saat melakukan bisnis.<sup>4</sup>

Bisnis mencakup semua kegiatan untuk memproduksi, menjual,membeli bara ng-barang dan jasa demi laba. Karena itu mencakup kegiatan bisnis yang luas, jika ditinjau dari profesi seseorang. Pembatasan bidang-bidang ini tidak selamanya tajam dan lagi tidak diperlukan.<sup>5</sup>

Persaingan didunia usaha yang sangan kompetetif, etika bisnis merupakan sebuah harga yang tidak dapat ditawar-tawar, memperlakukan karyawan, konsumen, pemasok, pemodal dan masyarakat umum secara etis adil dan jujur adalah satu-satunya cara agar supaya dapat bertahan didalam dunia bisnis seperti ini.

Berbisnis hendaklah menerapkan prinsip-prinsip etika demi kelancaran sebuah usaha dan untuk tidak merugikan satu sama lain. Sebab etika tersebut sangat mempunyai peran penting dalam kegiatan usaha khususnya dalam aktivitas penjualan, jika etika dapat menerapkan dalam kegiatan penjualan tersebut maka dapat meningkatkan keuntungan yang maksimal bagi penjual serta tidak akan timbul keluh dari para pihak konsumen.

Hasil penelitian yang peneliti lakukan di Pasar Sentral Siwa terdapat penjual *Seafood*. Usaha dagang *seafood* dapat mencapai 1 ton tangkapan dalam 1 hari jika musim panen. Hasil tangkapan biasanya diopor ke plosokplosok atau daerah-daerah lainnya,Hasil tangkapan tersebut biasanya habis terjual dan kadang juga tidak semua habis terjual, sebagian pedagang kecil, pembeli

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> I Gede A.B. Wiranata, *Dasar-Dasar Etika dan Moralitas*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2005). h. 81-82.

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> O.P. Simorangkir, *Etika Bisnis*, (Jakarta; Rineka Cipta, 2010). h, 20.

membeli hasil tangkapan tersebut dengan harga yang rendah, adapun hasil tangkapan tersebut dibuang di karenakan fisik atau body barang tersebut sudah tidak layak (rusak). Selain itu di Pasar sentral Siwa mengandung unsur Gharar, karena Praktik jual beli dengan Nelayan memberikan hasil tangkapan lautnya membuat salah satu pihak dirugikan karena harga *seafood* tidak menentu dan memberikan dengan menembak harga, dari harga sebelumnya.

Demi mempertahankan usahanya agar tetap berjalan dan memperoleh keuntungan maka penjual tersebut memiliki manajemen dalam mengelola risiko yang dihadapi. Dalam mengatasi risiko tersebut yang dilakukan oleh penjual termasuk menyimpang dari etika bisnis berlaku Islam yang karena melakukannya dengan cara mencampurkan barag yang kondisinya kurang baik dengan kondisi barang yang baik sehingga dapat merugikan pihak konsumen pedagang eceran yang menjadi pelanggan dari Penjual hasil tangkapan laut tersebut.

### B. Rumusan Masalah

Pokok masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam yang dijabarkan didalam rumusan masalah sebagai berikut:

- 1. Bagaimana Penerapan Fungsi-fungsi Manajemen Risiko pada Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa?
- 2. Bagaimana Jenis-jenis Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa?
- 3. Bagaimana Langkah-langkah Mengatasi Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam?

### C. Tujuan Penelitian

- Untuk Mengetahui Penerapan Fungsi fungsi Manajemen Risiko pada
   Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa.
- Untuk Mengetahui Jenis-jenis Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa.
- Untuk Mengetahui Bagaimana Langkah-langkah Mengatasi Risiko
   Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam peningkatan Perspektif etika bisnis islam.

# D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini memeberikan deskripsi pengembangan pada wilayah yang berbeda yaitu:

### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat memperkaya ilmu pengetahuan dalam hal bagaimana memanajemen risiko penjualan Seafood di pasar sentral Siwa yang sesuai dengan etika bisnis Islam

### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menjadi rujukan, acuan dan memberikan masukan bagi para pedagang dan masyarakat yang terkait tentang manajemen resiko tentang bagaimana seharusnya manajemen risiko yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

### **BAB II**

#### TINJAUAN PUSTAKA

## A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang hasil-hasil penelitian yang sedang dikaji. <sup>6</sup> Secara umum penelitian ini telah banyak dilakukan oleh akademisi. Akan tetapi secara spesifik yang berkaitan dengan judul yang penulis kaji belum ada. Berikut ini *Prior Research* yang relevan dengan penelitian peneliti yaitu:

Penelitian yang ditulis oleh Herpiana, Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Islam, dengan judul penelitian "Manajemen Risiko Pada Usaha Es Campur Jl. Buluh Cina dan Jl. Garuda Sakti Kecamatan Tampan Ditinjau Dalam Ekonomi Islam". Menjelaskan bahwa bagaimana manajemen risiko yang muncul dari usaha es campur ditinjau dari ekonomi Islam. Dan kesimpulannya yaitu manajemen risiko diusah tersebut tidak memiki banyak masal ah yang berkaitan dengan ekonomi islam hanya tinggal bagaimana pegusaha menyikapi masalah saat terjadi gejala alam dan keadaan ekonomi masyarakat.<sup>7</sup>

Muhammad Fauzi dalam penelitiannya "Manajemen Risiko Pedagang Buah di kelurahan Simpang Islam. Peneliti membahas bagaimana manajemen risiko yang terdapat yang terdapat pada pedagang buah yang ditinjau dari aspek-aspek yang terdapat dalam ekonomi Islam. 8 Penelitian membahas bagaimana manajemen risiko yang yang terdapat pada pedagang buah yang ditinjau dari aspek-aspek yang terdapat dalam ekonomi Islam.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Muhammad Kamal Zubair,dkk,*Pedoman Penulisan Karya Ilmiyah IAIN Parepare*,(Cet. I,Parepare:Trus Media,2020),h.25.

Herpiana,manajemen Risiko Pada Usaha Es Campur Ditinjau Dari Ekonomi Islam:Skripsi.UIN Suska Riau 2016.

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Muhammad Fauzi, Manajemen Risiko Pedagang Buah Sikelurahan Simpang Islam: Skripsi, UIN Suska Riau 2015.

David Fernado dalam penelitiannya "Manajemen Resiko Terhadap Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam (Ued-sp) dalam Menyalurkan Modal Kepada Masyarakat Didesa tanjung Karang Kampar Kiri Hulu Ditinjau dari Ekonomi Islam". Penelitian ini membahas tentang bagaimana manajemen resiko yang dilakukan di usaha ekonomi desa dalam penyaluran modal kepada masyarakat yang ditinjau menurut Ekonomi Islam.<sup>9</sup>

Dari beberapa Penelitian diatas bahwa penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya adalah penelitian ini sama-sama meneliti tentang Manajemen Risiko sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya dan ditinjau dari ekonomi Islam sedangkan penelitian ini adalah Bagaimana Penjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa dalam menerapkan manajemen risiko agar dapat meminimalisir kerugian yang akan terjadi, sehingga dalam menjalankan kegiatan penjualan atau usahanya tersebut dengan tidak menyimpang dari prinsip etika bisnis Islam yang berlaku.

### B. Tinjauan Teori

Penelitian ini menggunakan suatu bangunan kerangka teoritis atau konsep-konsep yang menjadi grand teori dalam menganalisis permasalahan yang akan diteliti atau untuk menjawab permasalahan penelitian yang telah dibangun sebelumnya. Adapun teori yang digunakan adalah:

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> David Fernado, Manajemen Resiko Terhadap Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam Dalam Menyalurkan Modal Terhadap Masyarakat di Desa Tanjung Karang Ditinjau dari Ekonomi Islam. Skripsi:IAIN Parepare, 2017.

## 1. Manajemen Risiko

### a. Pengertian Manajemen Risiko

Sebelum membahas mengenai risiko, perlu dipahami arti kata Risiko adalah ketidakpastan,adanya risiko karena danya ketidakpastian, kemungkinan rugi, penyebaran hasil aktual dari hasil yang diharapkan, istilah risiko sudah biasa dipakai dalm kehidupan sehari-hari, umumnya secara intiutip kita sudah memahami apa yang dimaksud.<sup>10</sup>

Pada dasarnya manajemen risiko adalah penetapan fungsi manajemen dalam penanggulangan risiko, terutama risiko yang dihadapi oleh pedagang, organisasi atau perusahaan, keluarga dan masyarakat. Jadi manajemen risiko mencakup kegiatan perencanaan mengorganisasikan, memimpin, mengoordinasi dan mengawasi program penanggulan risiko. Manajemen risiko didefinisikan sebagai suatu metode logis dan sistematis dalam identifikasi, menentukan sikap dan penerapan solusi serta melakukan monitor atau proses.<sup>11</sup>

Penerapan fungsi-fungsi manajemen dalam menanggulangi resiko yang dihadapi oleh org<mark>ani</mark>sasi atau perusahaan. Manajemen risiko organisasi suatu sistem pengelolaan risiko yang dihadapi organisasi secara konprehensif menngkatkan nilai perusahaan. Manajemen untuk tujuan risiko suatu membahas tentang bagaimana bidang ilmu organisasi yang suatu perusahaan menerapkan ukuran dalam memetakan berbagai pendekatan komprehensip sistematis. dengan diterapkan manajemen secara dan manajemen resiko disuatu perusahaan ada beberapa manfaat yang akan

 $<sup>^{10}</sup>$ Reni Maralis dan Aris Triyono, *Manajemen Risiko*, Edisi 1(cet.1,;Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015) h.5.

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> Pandi Anoraga, *Manajemen bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h.357.

diperoleh diantaranya, perusahaan memiliki ukuran kuat sebagai pijakan dalam mengambil setiap keputusan, sehingga para manajemen jadi lebih berhati-hati dan selalu menempatkan ukura ukuran dalam berbagai keputusan.<sup>12</sup>

Mengorganisasikan suatu resiko yang akan dihadapi, baik sudah diketahu i atau yang tidak terfikirkan itu dengan memindahkan resiko, mengurangi efek neg atif risiko, dan menampung Sebagian atas semua konsekuensi risiko tertentu, manajemen risiko juga bisa disebut suatu pendekatan struktur dalam mengelola ketidakpastian yang berkaitan dengan ancaman. Oleh karena itu, melalui manajemen risiko kerugian yang ditimbulkan dari ketidakpastian dapat dikurangi, bahkan dihilangkan.<sup>13</sup>

Dari pengertian tersebut dapat dipahami jika risiko terjadi sebagaiakibat negatif dari suatu perbuatan atau aktivasi yang dilakukan dimasa kini, adanya ketidakpastian dimasa mendatang mengakibatkan adanya ketidak pastian dimasa mendatang mengakibatkan adanya kemungkinan rugi. Untuk meminimalisir kerugian yang disebabkan ketikpastian tersebut kini dapat dil akukan dengan cara manajemen resiko sehingga dalam batas-batas tertentu resiko dapat dikendalikan.

# b. Jenis-jenis Risiko:

Adapun Jenis-jenis Risiko diantaranya yaitu:

1) Risiko Spekulatif/Speculatif Risk yaitu, risiko yang timbul karena terjadinya penyimpangan kejadian sesungguhnya yang merugikan dari

12 Irham Fahmi, Manajemen Resiko, (Bandung: Alfabeta, 2021), h.3.

\_

 $<sup>^{13}</sup>$  Setia Mulyani, *Manajemen Risiko*, cet. 1. November, (Bandung: CV Pustaka Setia 2015) , h. 45-46.

kejadian yang diharapkan. Artinya dalam suatu keputusan / kegiatan yang dilakukan ada kemungkinan mendapat keuntungan dan ada kemungkinan mendapat kerugian. Contoh Risiko hutang-piutang, judi, perdagangan berjangka dan sebagainya.

- 2) Risiko Murni/pure risk, yaitu resiko yang timbul dari suatu kejadianyang betul-betul tidak disengaja. Jadi hanya kemungkinan kerugian.Contoh: Risiko terjadi kebakaran, bencana alam, pencurian dan sebagainya.
- 3) Risiko Sosial, yaitu risiko yang disebabkan oleh perilaku manusia.Contohnya: peperangan, pencurian penggelapan, pembunuhan, kerusuhan dan sebagainya.
- 4) Risiko Ekonomi, yaitu risiko yang timbul sebagai akibat dari perilaku dan kondisi ekonomi. Contoh: inflasi, resesi perubahan selera konsumen, persaingan dan sebagainya.<sup>14</sup>

Risiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadi akibat buruk (kerugian) yang tak diinginkan atau tidak terduga dengan katalain, kemungkinan itu sudah menunjukkan timbulnya risiko.<sup>15</sup>

- c. Faktor-faktor Munculnya Risiko Usaha:
  - a) Keadaan Ekonomi yang Tidak pasti

Agar perusahaan tidak mengalami kesulitan secara ekonomi, maka kondisi ekonomi usaha perlu diberikan perhatian khusus. Kondisi yang baik membuat perusahaan atau usaha bisa berkembang lebih maju. Usaha atau bisnis yang mengalami perkembangan, biasanya akan lebih dikenal oleh masyarakat.

-

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Reni Maralis dan Aris Triyono, *Manajemen Risiko*, hal. 7-8.

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Herman Darmawi, *Manajemen Risiko*, Edisi 2 (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hal. 19.

# b) Kondisi alam yang tidak menentu

Bagi beberapa usaha atau bisnis kondisi alam sangat mempengaruhi perkembangan usaha terutama dalam memproduksi suatu barang, dengan kata lain kondisi alam yang baik, maka produk-produk yang dihasilkan baik juga. Kondisi alam saat ini sering berubah sewaktu-waktu hingga produk yang dihasilkan pedagang atau bisnis menjadi maksimal. Jika terus seperti ini perusahaan perlahan-lahan akan mengalami kerugian karena barang atau produknya tidak laris dipasaran.

# c) Strategi Pemasaran yang salah

Strategi pemasaran menjadi faktor penting dalam meningkatkan sebuah produk dan mengembangkan perusahaan agar semakin maju. Biasanya strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan atau usaha wirausahawan adalah promosi. Terlebih lagi saat ini untuk melakukan promosi sudah bisa menggunakan media sosial

## d) Persiapan yang kurang matang

Usaha atau bisnis yang kita bangun pasti selalu ingin mengalami peningkatan. Salah satunya cara dengan memiliki persiapan yang matang. Selain itu, dengan persiapan yang matang, sama saja mengurangi risiko usaha. 16

### d. Fungsi Manajemen Risiko

Fungsi manajemen risiko sering diterjemehkan dalam tiga langkah,yaitu perencanaa, pelaksanaan, dan pengendalian. Mengikuti kebiasaan tersebut proses manajemen risiko dapat dibagi menjadi beberapa tahap berikut:

\_

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup>https://manajemen-risiko+faktor.munculnyarisiko.net/(akses pada tanggal 06 juli 2021)

### 1) Perencanaan

G.R. Terry mengemukakan tentang *olanning* sebagai berikut:

Perencanaan ialah pilihan dan penghubungan fakta-fakta serta pembuatan dan penggunaan perkiraan-perkiraan/asumsi untuk asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan yang menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang di perlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.<sup>17</sup>

Perencanaan (*planning*) adalah fungsi dasar (*fundamental*) manajemen karena *Organizing, staffing, directing* dan *controlling* pun harus terlebih dulu direncanakan. Perencanaan ini adalah dinamis. Perencanaan ini ditunjukkan untuk masa depan yang penuh dengan ketidakpastian, karena adanya perubahan kondisi dan situasi. Hasil perencanaan baru akan diketahui pada masa depan, agar risiko yang ditanggung itu relatif kecil, hendaknya semua kegiatan, tindakan, dan kebijakan direncanakan terlebih dahulu. Perencanaan ini adalah masalah "memilih" artinya memilih tujuan, dan cara terbaik untuk mencapai tujuan tersebut dari beberapa alternative, perencanaan pun tidak ada. Perencanaan merupakan kumpulan dari beberapa keputusan. <sup>18</sup>

Perencanaan manajemen risiko dapat dimulai dengan menetapkan visi, misi dan tujuan yang berkaitan dengan manajemen risiko. Kemudian, perencanaan manajemen risiko dapat dilanjutkan dengan penetapan target, kebijakan dan prosedur yang berkaitan dengan manajemen risiko. Akan lebih baik jika visi, misi, kebijakan, dan prosedur tersebut dituangkan secara tertulis ntuk memudahkan

<sup>18</sup>Malaya S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah*, Cet. 6. (jakarta: Bumi Aksara, 2007) .h.91.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup>Sukma, *Dasar-Dasar Manajemen*, ed. Team Mandar Maju (Bandung:CV Mandar Maju, 2021), h.10.

pengarahan, sekaligus menegaskan dukungan manajemen terhadap program manajemen risiko.

### 2) Pelaksanaan

Pelaksanaan manajemen risiko meliputi aktivitas operasional yang yang berkaitan dengan manajemen risiko. Proses identifikasi dan pengukuran risiko diteruskan dengan manajemen (pengelolaan) risiko yang merupakan aktivitas operasional yang utama dari manajemen risiko.

## 3) Pengendalian

Tahap berikutnya dari proses manajemen risiko adalah pengendalian yang meliputi evaluasi secara periodek pelaksanann manajemen risiko, *output* pelaporan yang dihasilkan oleh manajemen risiko dan umpan balik (*feedback*). Format pelaporan manajemen risiko bervariasi dari satu organisasi lainnya dan dari satu kegiatan ke kegiatan lainnya.<sup>19</sup>

### 2. Seafood

### a. Pengertian Seafood

Ialah makanan laut atau hidangan laut (bahasa Ingris : *Seafood*) adalah sebutan untuk makanan berupa hewan dan tumbuhan laut yang ditangkap, dipancing, diambil dari laut maupun hasil budidaya. Burung,dan burung air yang terdapat dilaut tidak tidak termasuk kedalam makanan laut.

Makanan laut,Boga Bahari atau hidangan laut (bahasa inggris : *seafood*) adalah sebutan untuk makanan berupa hewan dan tumbuhan laut yang ditangkap,

-

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup>Setia Mulyawan, *Manajemen Risiko*, (Bandung: CV Pustaka Setia 2015), Cet.1. November, h. 57-60.

dipancing, diambil dari laut maupun hasil budidaya. Burung dan air yang terdapat dilaut tidak termasuk kedalam makanan laut.

Dibeberapa negara, istilah "makanan laut" juga mencakup mamalia laut,ikan dan kerang yang ditangkap atau dikumpulkan nelayan dari air tawar (danau dan sungai). Makanan laut merupakan sumber protein, lemak vitamin, dan mineral ( sel, zat, besi, selenium, magnesium, dan yodium).

# 1. Sejarah

Makanan laut sudah dikomsumsi manusia sejak zaman purba. Orang mesir kuno memanfaatkan makanan laut sebagai sumber protein, makanan laut diperoleh dengan cara memancing dilaut mediterania dan sungai Nil, serta memelihara ikan dikolam. Orang Yunani Kuno juga memekan ikan dan kerang-kerangan dalam bentuk segar atau kering.<sup>20</sup>

### 2. Industri Perikanan

Industri Perikanan bisa juga disebut dengan industri Penangkapan ikan adalah industri atau aktivitas,Menangkap,Membudi Dayakan, Memproses, Mengawetkan, Menyimpan, Mendistribusikan, dan Memasarkan Produk Ikan. Istilah ini di didefinisikan oleh FAO, mencakup juga yang dilakukan oleh Pemancing rekreasi, Nelayan tradisional dan penangkapan ikan komersial. Baik secara lanngsung maupun tidak langsung,Industri perikanan (Mulai dari penangkapan /budidaya hingga pemasaran) telah menghidupi sekitar 500 juta orang di Negara Berkembang di Dunia. 22

<sup>21</sup> FAO Fisheries Section: Glossary; Fishing Industry. Retrieved 28 May 2008. <sup>22</sup> Fisheries and Aquaculture in our Changing Climate, Policy brief of the Fao for the UNFCCC COP-15 in Copenhagen, December 2009.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>20</sup> Pigott, George M. (1990). Seafood: Effects of Tecnology on Nutrition. CrC Press

#### 3. Sektor

Terdapat tiga sektor utama dalam industri perikanan

- a). Sektor Komersial yaitu usaha perikanan tangkap dan budidaya yang dilakukan oleh perusahaan atau individu untuk dijual secara mentah maupun hasil olahraganya.
- b). Sektor Tradisional yaitu perusahaan atau individu yang menangkap atau memelihara ikan dengan cara dan metode tradisional yang hasilnya diserahkan kebudidayaan masyarakat setempat. Industri Perikanan tradisional adalah praktik penangkapan ikan atau perikanan komersial skala kecil atau subsisten yang mendayagunakan metode penangkapan tradisional seperti penggunaan batang pancing,busur dan panah,harpoon,jaring lempar,tombak,dan sebagainya. Praktik ini tidak dikategorikan sebagai olahraga, karena hasil dimanfaatkan sebagai sumber kehidupan. Meski tidak selalu bergerak secara subsisten, istilah ini banyak digunakan ketika menyinggung ekspansi perikanan komersial yang menekan nelayan dan pembudidaya kecil.
- c). Sektor Rekreasi yaitu perusahaan atau individu yang menyediakan fasilitas penangkapan ikan (alat dan tempat) dengan hasil yang tidak dijual.<sup>23</sup>

#### 4. Aneka Seafood atau Makanan Laut

- a. Ikan
- b. Moluska: Cumi-cumi, kerang, tiram, gurita.
- c. Crustancea:

Udang (rebon, udang windu, udang putih, udang karang), kepiting.

-

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> The Wording of the following definition of the fishing industry are based on thouse sed by the Australian government.

- d. Echinodermata:Teripang, bulu babi.
- e. Ubur-ubur
- f. Rumput laut

## 3. Penjualan

## a. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangakan rencanan-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengatahui hasil produk yang dihasilkan.

Menjual adalah ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang melakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia memberi barang/jasa yang ditawarkannya.<sup>24</sup>

Jadi adanya penjualan dapat tercipta suatu proses penukaran barang dan jasa antara penjual dan pembeli. didalam perekonomian kita (ekonomi uang), seseorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang, orang yang akan lebih mudah memenuhi keinginannya, dan penjualan menjadi lebih mudah dilakukan. Jarak yang jauh tidak menjadi masalah bagi penjual.

Melakukan penjualan, penjual dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Bakat inilah yang sering

<sup>&</sup>lt;sup>24</sup> Basu Swasta, *Manajemen Penjualan*, edisi ke3,h.8.

tidak dimiliki oleh setiap orang. Tidaklah mudah untuk mengarahkan kemauan calon pembeli dengan cara mengemukakan berbagai alasan serta pendapatannya

Penjualan adalah suatu akad penyerahan suatu barang atau jasa dari penjual kepada pembeli dengan harga yang disepakati atas dasar suka rela, penjual dapat dikatakan juga pembeli, secara bahasa artinya pertukaran sesuatu dengan sesuatu.<sup>25</sup>

- b. Faktor-faktor Penjualan
- 1) Kondisi dan kemampuan penjual.

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat menyakinikan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:

- (a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- (b) Harga produk
- (c) Syarat penjualan seperti: Pembayaraj, garansi, dan sebagainya.
- 2) Kondisi Pasar

Pasar, sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

(a) Jenis pasarnya

<sup>&</sup>lt;sup>25</sup> Rahmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: CV.Pustaka Setia,2007),h.73.

- (b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- (c) Daya belinya
- (d)Frekuensi pembelian
- (e) Keinginan dan kebutuhan

#### 3) Modal

Akan lebih sulit penjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: Alat transpor, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu,

## 4) Kondisi Organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli dibidang penjualan.

#### 5) Faktor-faktor Lain

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang modal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih

jarang dilakukan. Ada pengusaha yang berpegangan pada suatu prinsip bahwa "paling penting membuat barang yang baik" bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang sama. Namun sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.<sup>26</sup>

## 6) Strategi Penjualan

Yang dimaksud dengan strategi penjualan adalah memindahkan posisi pelanggan ke tahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka.

Umumnya tujuan penjualan dinyatakan dalam volume penjualan yang ingin dicapai itu berdasarkan perwilayah operasi atau *persales person* didalam suatu wilayah operasi. Tujuan operasi juga biasanya dinyatakan dalam target *gross margin*, tingkat pengeluaran maksimum atau pencapaian tujuan tertentu seperti merebut pelanggan pesaing.<sup>27</sup>

#### 7) Pandangan Penjualan dalam Islam

Diantara sekian banyaknya aspek kerjasama dan perhubungan manusia, maka muamalah jual beli termasuk salah satu diantaranya. Bahkan aspek ini sangat penting peranannya dalam meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Setiap orang mengalami kesulitan dalam memenuhi hajat hidupnya jika tidak bekerjasama dengan orang lain. Untuk menjamin keselarasan dan keharmonisan dalam dunia dagang, maka dibutuhkan suatu kaidah atau norma yakni

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta:lyberti).

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> Fandi Tjipo, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), h. 21.

hukum dan moralitas perdagangan. Islam dengan doktrinnya yang penuh dinamika tidak mengabaikan aspek penting ini.<sup>28</sup>

Adapun Prinsip-prinsip Penjualan dalam Islam yaitu:

- 1) Penjualan tidak boleh mempraktekkan kebohongan dan penipuanmengenai barang-barang yang dijual kepada pembeli.
- 2) Penjual harus menjauhkan diri dari sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang.
- 3) Penjual dilakukan dengan kesepakatan bersama
- 4) Penjual harus tegas terhadap timbangan dan takaran
- 5) Orang yang membayar dimuka suatu barang tidak tidak boleh menjualnya sebelum barang tersebut menjadi miliknya
- 6) Penjual tidak melakukan monopoli dalam perdagangan
- 7) Tidak boleh ada harga komoniti yang berlebihan batas.

Pendapatan yang didapatkan oleh manusia sudah ada takaran sesuai dengan apa yang diusahaakannya maka tugas manusia adalah bersyukur atas apa yang diberikan Allah swt. karena sesunggunya Allah swt akan menambah nikmat terhadap orang yang selalu bersyukur.

#### 4. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *Ethos* yang berarti adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berfikir. <sup>29</sup> Etika pada umunya diartikan dengan moral (moralitas). Tetapi, meskipun sama terkait dengan

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> Enang Hidayat, Fiqih Jual Beli, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset. 2015), h.4.

<sup>&</sup>lt;sup>29</sup> Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat ekonomi dan Keuangan Islam*. (Jakarta: khalam publishing, 2008), h. 291.

baik buruk tindakan manusia, etika dan moral memiliki pengertian yang berbeda. Moral lebih terkait dengan nilai baik dan buruk setiap perbuatan manusia, sedangkan etika lebih merupakan ilmu yang mempelajari tentang baik dan buruk tersebut.<sup>30</sup>

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan-aturan tersebut maka sangsi akan diterima. dimana sangsi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.<sup>31</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami bahwa etika bisnis adalah ilmu yang membahas tentang usaha komersial dan sudut pandang baik buruk dan benar salah menurut ukuran moral. Sedangkan etika bisnis adalah ilmu yang membahas perihal usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandangan dari sudut pandangan dari sudut pandangan baik dan buruk serta salah dan benar menurut standar akhlak Islam.

## b. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Etika bisnis hanya bisa berperan dalam suatu komunitas moral, tidak merupakan komitmen individual saja, tetapi tercantum dalam suatu kerangka sosial. Etika bisnis menjamin bergulirnya kegiatan bisnis dalam jangka panjang, tidak terfokus pada keuntungan jangka pendek saja. Etika bisnis akan meningkatkan kepuasan pegawai yang meruders yang penting untuk dipertahankan. Etika bisnis membawa pelaku bisnis untuk masuk dalam bisnis internasional. Karenanya harus:

<sup>&</sup>lt;sup>30</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam Implementasi Etika Islam Untuk Dunia Usaha*,(Bandung: Alfabeta,November 2013),h.49.

<sup>&</sup>lt;sup>31</sup> Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, cet. Ke4 (Bandung: Alfabeta, 2007), h.3.

- a. Pengelolaan bisnis secara profesional
- b. Berdasarkan keahlian dan keterampilan khusus
- c. Mempunyai komitmen moral yang tinggi
- d. Menjalankan usahanya berdasarkan potensi/keahlian.<sup>32</sup>

Karena itu etika harus berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut:

#### 1. Keesahan/Tauhid

Sumber utama etika bisnis islam adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap keesahan Tuhan.<sup>33</sup> Keesahan seperti dicerminkan dalam konsep tauhid, merupakan dimensi vertikal Islam. Konsep keesaan menggabungkan kedalam sifat homogen semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan seseorang muslim, seperti dalam bidang ekonomi, politik, agama dan masyarakat, serta menekankan gagasan mengenai konsitensi dan keteratura. <sup>34</sup> Konsep ini tidak dimasukkan untuk mengurangi kebebasan manusia, tetapi hanya untuk menunjukkan jalan terbaik dan menerapkan kebebasan tersebut.

## 2. Keseimbangan Kesejahteraan

Keseimbangan adalah mengggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu dalam semesta. Mereflesikan konsep keseimbangan yang rumit ini. Kebutuhan akan keseimbangan dan kesetaraan ditekankan Allah SWT. ketika menyambut kaum muslim sebagai *Ummatun Wasthan* atau Ummat

<sup>33</sup> Syeq Nawab Haidir Naqvi, Manajemen Ilmu Ekonomi Islam, Economics and Society, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009), h.23-33.

<sup>&</sup>lt;sup>32</sup> Abdul Aziz, Etika Bisnis Perspektif Islam, (Bandung: Alfabeta 2013), h. 36-37.

<sup>&</sup>lt;sup>34</sup> Rafiq Isa Beejun, Etika Bisnis, h.32-33.

Tengah artinya ummat yang bersikap, berfikir, dan berkelakuan moderasi, adil, dan proporsional antara kepentingan materi dan spiritual, kebutuhan dan kemanusiaan, masa lalu dan masa depan, serta duniawi dan akhirat. Untuk menjaga keseimbangan antara seseorang yang berpunya dan tidak punya. Allah SWT. menekankan arti penting sikap saling memberi dan mengutuk tindakan mengkonsumsi yang berlebih-lebihan.

Sebagai cita sosial prinsip kesejahteraan keseimbangan menyediakan penjabaran yang komplit seluruh kebaikan dasar institusi sosial hukum politik dan ekonomi. Pada dasaran ekonomi, prinsip tersebut menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi serta produksi yang baik. Dengan pemahaman yang jelas bahwa kebutuhan seluruh anggota masyarakat yang kurang beruntung dalam masyarakat Islam yang dilakukan sumber atas daya riil masyarakat.<sup>35</sup> Melalui prinsip keseimbangan ini, sistem ekonomi Islam ini perilaku ekonomi juga akan diransang rasa-rasa sosialnya agar peka dalam memberi ban<mark>tua</mark>n <mark>keuangan k</mark>epa<mark>da</mark> pihak lain yang menyamarkan pasar, sebagaimana akan tercipta pula ketenangan, bukan saja bagi yang memberi, tetapi juga bagi yang diberi.

Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar ialah dalam bentuk mutu (kualitas) dan ukuran (kualitas) pada setiap takaran maupun timbangan. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S. An'aam/6:152.

<sup>&</sup>lt;sup>35</sup> Syek Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu*,h.59.

وَلَا تَقْرَبُواْ مَالَ ٱلْيَتِيمِ إِلَّا بِٱلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَهُۥ ۖ وَأُوقُواْ ٱلْكَيْلَ وَٱلْمِيرَانَ بِٱلَّةِ مَوْلُواْ مَالَ ٱلْيَتِيمِ إِلَّا بِٱلَّتِيمِ إِلَّا بِٱلَّةِ مَا أُولُواْ وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۖ وَبِعَهْدِ ٱللَّهِ أُوفُواْ بِٱلْقِصْطِ ۖ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۖ وَإِذَا قُلْتُمْ فَٱعْدِلُواْ وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۖ وَبِعَهْدِ ٱللَّهِ أُوفُواْ ذَا لِكُمْ وَصَّنَكُم بِهِ عَلَيْمُ تَذَكَّرُونَ ﴾ ﴿ وَصَّنَكُم بِهِ عَلَيْمُ تَذَكَّرُونَ ﴾ ﴿ وَاللَّهُ اللَّهُ اللّهُ الل

## Terjemahnya:

Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. kami tidak memikulkan beban kepada sesorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat. <sup>36</sup>

Konsep keseimbangan ini juga dipahami bahwa keseimbangan hidup dan diakhirat harus diusun oleh para pelaku bisnis para pengusaha muslim agar tindakan-tindakan dalam bisnis dapat membawa orang lain kepada kesejahteraan duniawi serta keselamatan akhirat.

#### 3. Kehendak Bebas

Kehendak bebas adalah prinsip yang mengantar manusia meyakini bahwa Allah swt. Tidak hanya memiliki kebebasan mutlak, dan Dia juga den gan Sifat Rahman dan RahimNya menganugrakan manusia untuk memilih jalan berbentang antara kebaikan dan keburukan.<sup>37</sup>

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk menge ndalikan kehidupannya sendiri manakala Allah swt. menurunkan kebumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa sepenuhnya ditintun oleh hukum yang diciptakan Allah swt. Manusia diberi kemampuan untuk

<sup>37</sup>Muhammad, *Aspek Hukum*, h.84.

<sup>&</sup>lt;sup>36</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*.

berfikir dan membuat keputusan, untukmemilih apapun jalan hidup yang diinginkan dan yang paling pentinguntuk bertindak berdasarkan aturan.

Manusia yang baik dalam perspektif Islam adalah yang menggunakan kebesarannya dalam rangka tauhid dalam keseimbangan. Dari sini lahir tang gung jawab manusia sebagai individu dan masyarakat lahir pula kesadaran so sial yang mengantarkannya mengulurkan bantuan kepada sesama manusia.<sup>38</sup>

## 4. Tanggung Jawab

Allah swt. menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan membuatnya bertanggung jawab atas semua yang dilakukan. Selanjutnya, pemujaan kepada individualisme yang tidak terkendalikan. Dan tidak beretika, juga tidak diperkenalkan oleh Islam. Bahkan logika murni harus meyakinkan bahwa kebebasan yang tidak terbatas adalah sesuatu yang dibuat-buat. Kebebasan yang tidak terbatas berarti pertanggung jawaban yang tidak terbatas. Ini merupakan kontradiksi kedua pernyataan ini tidak benar pada waktu yang sama. Kebeb<mark>asan harus diim</mark>bangi dengan pertanggung jawaban jika ketentuan-ketentuan keseimbangan Allah ini dipenuhi. Manusia telah menentukan daya pilih antara yang baik dan yang buruk, harus menjalani konsekuensi logistiknya. 39 Dengan modal etika bisnis islami, sekurang-kurangnya dalam keadaan tertentu, seseorang atau sekelompok orang bisa atau tepatnya melakukan bisnis tanpa didahului dengan akad.

## 5. Ihsan (Benevolence)

<sup>&</sup>lt;sup>39</sup> Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar*, h. 307-308.

Artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan pembuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah, dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu maka yakinlah bahwa allah melihat apa yang kita perbuat.

Dalam sebuah kerjaan bisnis Ahmad menggaris bawahi sejumlah perbuatan yang dapat men-*suport* pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis.<sup>40</sup>

#### c. Mekanisme Pasar

Pasar menduduki peranan penting sebagai mekanime ekonomi, tetapi perintah dan masyarakat juga bertindak aktif dalam mewujudkan kesejahteraan dan menegakkan keadilan. Ajaran Islam memberi perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme Pasar yang sempurna adalah resultan kekuatan yang bersifat massal dan imporsal, yaitu merupakan fenomena alamiah.<sup>41</sup>

Penghargaan Islam terhadap Mekanisme Pasar berdasarkan pada ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dan rasa suka sama suka (anradin minkum/mutual godwill). dalam Al-Qur'an dinyatakan dalam Surah An-Nisa 6 : 29:

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam pandangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu.

.

<sup>&</sup>lt;sup>40</sup> Faisal Badroen, et al., eds., Etika Bisnis Dalam Islam, h. 102.

<sup>&</sup>lt;sup>41</sup> PEI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, h. 330.

Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.<sup>42</sup>

Ayat tersebut dijelaskan bahwasanya dalam pasar terdapat larangan terhadap praktik-praktik bisnis negatif agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan memberikan *mutual goodwill* bagi para pelakunya, maka nilai-nilai moralitas mutlak harus ditegakkan. Secara khusus nilai moralitas yang mendapatkan perhatian penting dalam pasar adalah persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Nilai-nilai moralitas ini memiliki akar yang kuat dalam ajaran Islam, sebagaimana dicantumkan dalam berbagai ayat Al-Qur'an. Untuk itulah Rasulullah telah menetapkan beberapa larangan terhadap praktik-praktik bisnis negatif yang dapat mengganggu mekanisme pasar yang Islami.<sup>43</sup>

## C. Tinjauan Konseptual

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami proposal skripsi, maka adanya pembahasan yang menegaskan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul proposal skripsi. Adapun judul proposal adalah "Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam". Untuk meng hindari berbagai penafsiran judul diatas, maka berikut adalah penafsiran judul proposal skripsi.

1. Manajemen Risiko : Manajemen Risiko adalah suatu bidang ilmu yang membahas tentang bagaimana suatu organisasi menerapkan ukuran dalam

<sup>&</sup>lt;sup>42</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemahan*.

<sup>&</sup>lt;sup>43</sup> PEI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, hal. 303.

- memetakan berbagai pendekatan manajemen secara komprehensip dar secara sistematis.<sup>44</sup>
- 2. Penjualan *Seafood*: Penjual adalah suatu usaha yang terpadu untk mengembangkan rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.
- 3. Etika Bisnis Islam: Merupakan suatu proses upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya tentu akan melakukan hal benar berkenan dengan produk, pelayanan, perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntuta perusahaan atau usaha bisnis yang dijalankan.

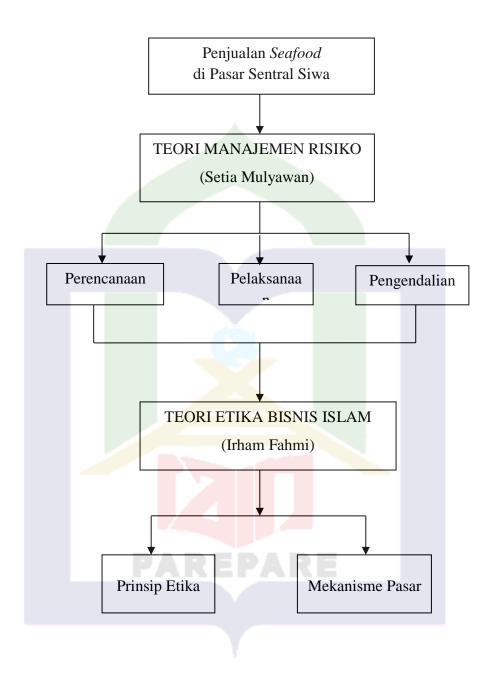
## D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola antara konsep atau variabel yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian. Dalam melakukan penelitian Manajemen Risiko Penjualan *Seafoot* di Pasar Sentral siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam acuan yang digunakan yaitu Teori manajemen Risiko terdiri dari tiga tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian maka dari itu dilihat Etika bisnis Islam penjual *seafood* di pasar sentral Siwa serta bagaimana prinsip-prinsip dan mekanisme pasar yang ada disana.

Untuk memberi gambaran kepada pembaca dalam memahami hubungan aantara variabel dengan variabel lainnya maka perlu dibuatkan bagan kerangka pikir. Yang bertujuan untuk memberikan kemudahan pada peneliti. Adapun kerangka bagan pikir yang dimaksud sebagai berikut.

Kerangka teoretis penelitian dapat dilihat pada gambar 2.1.

<sup>&</sup>lt;sup>44</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Risiko: Teori Kasus, dan Solusi* (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 2.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

#### **BAB III**

#### METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pedoman penulisan karya ilmiyah berbasis informasi yang diterbitkan IAIN Parepare Nusantara Press. Metode peneltian dalam buku tersebut, mencakup beberapa bagian, yakni pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan dan pengelola data, uji keabsahan data, serta teknik analisis data.<sup>45</sup>

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*fiel reseach*) yaitu penelitian ya ng dilakukan dilapangan dalam kancah yang sebenarnya. <sup>46</sup> Penelitian lapangan dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data-data yang ada dilapangan. penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitiannon hipotesis. <sup>47</sup> Secara khusus penelitian ini dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan keadaan sekarang atau yang sementara berlangsung.

Adapun pendekatan penelitian ini yang digunakan penelitian adalah pendekatan fenomenologi menjelaskan struktur kesadaran dalam pengalaman manusia. Pendekatan fenomenologi berupaya membiarkan realitas mengungkapkan dirinya sendiri secara alami. Melalui pertanyaan pancingan,

<sup>&</sup>lt;sup>45</sup> Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiyah IAIN Parepare* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press. 2020),h. 19.

<sup>46</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi dan Riset Sosial*, (Bandung Mandar Maju, 2003),h. 32.

 $<sup>^{47}</sup>$  Abdul Kadir Muhammad,  $Hukum\ dan\ Penelitian,$  (Bandung, PT. Citra Adittia Bakti, 2004), h.208.

subjek penelitian dibiarkan menceritalkan segala macam dimensi pengalamannya berkaitan dengan sebuah fenomena atau peristiwa. Studi fenomenologi berasumsibahwa setiap individu mengalami suatu fenomena dengan kesadarannya,dengan kata lain study fenomenologi bertujuan untuk menggali kesadaran terdalam para objek mengenai pengalamannya dalam suatu peristiwa. 48

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 1. Lokasi

Lokasi penelitian yang dipilih penulis yaitu bertempat di Pasar Sentral Siwa Kelurahan Bulete Kecamatan Pitumpanua Kabupaten Wajo. Dengan mengumpulkan beberapa informasi yang terkait dengan judul.

#### d. Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan waktu yang dilakukan kurang lebih satu bulan lamanya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian yang dimana kegiatannya meliputi: persiapan (pengajuan proposal penelitian), pelaksanaan (pengumpulan data), pengelolaan data dan penyusunan hasil penelitian.

## C. Fokus Penelitian

Penelitian ini di maksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian dalam memilih sumber data baik dan relevan. Pada penelitian ini penulis lebih fokus terhadap Manajemen Resiko Penjual Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

<sup>&</sup>lt;sup>48</sup> O Hasbiansyah, *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*, Mediator: Jurnal Komunikasi, 9.1.(2008), h.163-80.

#### D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang merupakan hal yang sangat penting untuk digunakan dalam penelitian guna menjelaskan riil atau tidaknya suatu penelitian tersebut, dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu:

#### 1. Sumber Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data yang diambil oleh peneliti secara langsung dari objek penelitiannya, tanpa diperantarai oleh pihak ke tiga, keempat dan seterusnya, dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari lapangan baik yang berupa observasi maupun berupa hasil wawancara. Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan baik yang berupa observasi maupun yang berupa data yang diperoleh dari informan. Dalam penelitian ini yang akan dilakukan ini penulis mengambil data dari wawancara sebanyak 8 orang informan yang terdiri dari 5 perempuan dan 3 laki-laki.

#### 2. Sumber sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, data sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal, internet dan penelitian terdahulu serta sumber-sumber tertulis lainnya yang dianggap berkaitan dengan penelitian ini dalam hal ini data sekunder diperoleh dari:

- a. Kepustakaan
- b. Internet

<sup>49</sup>Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011).h.106.

## E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama peneliti, melakukan penelitian iniadalah untuk mendapatkan data. Pada penelitian ini, peneliti terlibat langsung di lokasi atau dengan kata lainnpenelitian lapangan. Adapun teknik yang digunakan dalam penyusunan ini antara lain:

#### 1. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistemasis terhadap gejala-gejala yang akan diteliti. <sup>50</sup> Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati dan mencatat suatu peristiwa dengan penyaksian langsung.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasif, yaitu penelitian yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terkait dengan masalah manajemen risiko penjualan *seafood* di Pasar sentral siwa dalam persfektif etika bisnis islam. Selanjutnya akan dicatat data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik ini dilakukan untuk menghindari keraguan peneliti pada data yang dikumpulkan karena diamati berdasarkan kondisi nyata lapangan.

## 2. Metode Wawancara

Penulis melakukan wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan informasi. Wawancara adalah suatu proses tanya jawab lisan dimana 2 orang atau lebih saling berhadapan secara fisik, yang satu dapat melihat muka lain dan

 $<sup>^{50}</sup>$ Usman Husain Purnomo Setiadi Akbar, <br/>  $Metodologi\ Penelitian\ Sosial,\ Bumi\ Aksa,\ (Jakarta,\ 1996),h.58$ 

mendengar dengan telinga sendiri dari suaranya.<sup>51</sup> Data penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait yaitu masyarakat dengan pekerjaan yang sama. Wawancara dilakukan dengan 8 informan 5 perempuan dan 3 laki-laki.

#### 3.Metode Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian kualitatif adalah setiap bahan tertulis yang dapat digunakan sebagai pendukung bukti penelitian.<sup>52</sup> Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen serta mengambil gambar kegiatan-kegiatan atau rekaman yang terkait dengan permasalahan pada penelitian ini. Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkip, dan buku-buku, surat kabar, majalah dan sebagainya.<sup>53</sup>

## F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini meliputi:

## 1. Uji *Creadibility* (Kepercayaan)

Uji *kreadibility* atau data kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan, ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negarif, dan *membercheck*.

## 2. Uji Transferability (Keteralihan)

Uji *Tranferability* merupakan uji keabsahan eksternal dalam penelitian kualitatif, uji Transferability dilakukan untuk mengukur derajat kepercayaan

Sukandarrumiddi, *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2006), h. 86.

Basrowi Suwardi, ed. al., eds., Memahami Penelitian Kualitatif, (jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 22.

<sup>&</sup>lt;sup>53</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Dengan Penelitian Statistik*,h.57-58.

dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sehingga dapat diterapkan oleh sabjek penelitian tempat data tersebut diperoleh.<sup>54</sup>

#### G. Teknik Analisis Data

dikumpulkan diolah Data yang telah dengan analisis kualitatifproses pengumpulan data mengikuti konsep Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh Sugiono, bahwa aktivitas dalam pengumpulandata melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data,dan verifikasi. 55 Penulis menggunakan metode ini untuk mendapatkan data-data yang lebih objektif dan konkret.

#### 1. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.dengan kata lain proses reduksi kata ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan-catatan intidari data yang diperoleh dari hasil penggalian data. Tujuan reduksi data ini adalah untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama penggailian data lapangan. Sehingga tujuan penelitian ini tidak hanya untuk menyederhanakan data tetapi juga untuk memastikan data yang diolah itu merupakan data yang tercakup dalam *scope* penelitian. <sup>56</sup> Pada penelitian ini reduksi data yang dilakukan dengan membuat ringkasan

<sup>&</sup>lt;sup>54</sup> I Made laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori, Penerapan dan Riset nyata* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020).

Sugiono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, h.300.

<sup>&</sup>lt;sup>56</sup> S. Siyoto and M A Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi MediaPublis hing,2015),h.122-123.

terhadap hal diteliti berdasarkan pemahaman terhadap hal-hal diungkapkan oleh responden.

## 2. Penyajian data

Menurut Miles dan hubermen, penyajian data adalah "sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan". Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama penelitian luantitatif biasanya berbentuk negatif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gamnbaran keseluruhan. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklafikasikan dan menyajikan data sesuai dengan permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap sub pokok permasalahan.

Penelitian dalam hal ini melakukan pengubahan dari rekaman menjadi tulisan secara verbatim. Dengan proses mendengar hasil rekaman berulang-ulang kali sehingga peneliti mengerti hasil dari wawancara,kemudian dianalisis,sehingga didapat gambaran pada hal yang diteliti. Selanjutnya dilakukan interpretasi secara keseluruhan,dimana didalamnya mencakup keseluruhan dan kesimpulan dari hasil penelitian.

## 3. Kesimpulan dan Verivikasi

Kesimpulan dan Verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisis data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini telah dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan,atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar penelitian tersebut.<sup>57</sup>



 $<sup>^{57}</sup>$  S Siyoto and M A Sodik,  $\it Dasar\ Metodologi\ Penelitian, h.123-124.$ 

#### **BAB IV**

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

# A. Penerapan Fungsi-fungsi Manajemen Risiko pada Penjualan *Seafood* di Pasar Sentral Siwa

Pasar Sentral Siwa merupakan tempat yang memiliki banyak peran dalam aktivitas atau kehidupan ekonomi Masyarakat. Adanya Pasar ini membuat banyak orang yang memiliki pekerjaan atau mendapat penghasilan, yang salah satunya Nelayan menjual hasil tangkapan lautnya di Pasar atau orang yang bekerja sebagai pedagang di pasar Sentral siwa. Hasil tangkapan laut yang sering ditangkap oleh nellayan banyak diperjual belikan dan kadang tidak habis terjual.

Setiap kegiatan atau usaha yang dijalankan tidak terlepas dari yang namanya risiko maka dari itu sebelum menjalankan suatu usaha atau bisnis perlu merencanakan perencanaan usaha yang tepat untuk meminimalisir risiko kerugian yang kemungkinan yang akan terjadi saat menjalankan suatu usaha kedepannya. Oleh karena itu penting bagi kita untuk mengetahui apa saja komponen dari perencanaan usaha agar usaha yang dijalankan berjalan sesuai yang kita inginkan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pertanyaan tentang mengapa bapak memilih usaha berdagang *seafood* di Pasar sentral Siwa.

Amiruddin salah satu penjual *seafood* di Pasar Sentral Siwa, mengatakan bahwa:

Karena mayoritas mata pencarian disini kebanyakan Nelayan nah saya tertarik untuk menjual *seafood* selain untuk bisa dijual sebagian juga bisa dinikmati atau bisa dipakai untuk makan sehari-hari dan untuk memenuhi perekonomian keluarga. Untuk memulai usaha harus ada perencanaan yang matang sebelum terjun kedunia usaha atau bisnis yang akan dijalankan, karena dengan berdagang sebenarnya kita ingin mendapatkan keberkahan

Dari apa yang kita lakukan bukan hanya semata mendapatkan keuntuntungan saja. Maka dari itu baik itu perencanaan dengan modal, apa-apa saja yang harus dijual, apakah konsumen tertarik dengan barang yang kita jual dan lain sebagainya. <sup>58</sup>

Menurut Bapak Amiruddin dalam wawancaranya usaha yang dijalankan melihat fakta yang ada disana ternyata maroritas mata pencariannya adalah Nelayan. Untuk memenuhi kebtuhan sehari-hari juga bisa mendapatkan penghasilan tambahan dengan usaha menjual hasil tangkapan lautnya (*seafood*).

Sesuai dengan wawancara yang dilakukan peneliti denga pertanyaan yang sama mengapa anda memilih usaha menjual *seafood* di Pasar Sentral Siwa. Ibu Indrawati selaku penjual *seafood* di Pasar Sentral Siwa mengatakan bahwa:

Saya menjual ikan dan *seafood* dengan alasan untuk menghidupi anak karena saya seorang janda sendiri membiayai anak. Dengan berjualan seperti ini, selain untuk mencukupi sehari-hari saya juga harus membiayai sekolah anak saya. <sup>59</sup>

Penuturan Ibu Indrawati yang memilih menjual *seafood* di Pasar Sentral Siwa karena untuk memenuhi kebutuhan dan biaya untuk anaknya. Apabila ia tidak bekerja ia mendapatkan penghasilan darimana karena ia seorang janda yang mempunyai anak yang harus dibiayai.

Beberapa hasi wawancara diantara dapat disimpulkan bahwa faktor yang menyebabkan memilih berjualan *seafood* karena untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya.

Dalam pebahasan ini penulis akan memaparkan tentang penerapan fungsifungsi manajemen risiko penjualan *seafood* di pasar sentral Siwa dalam perspektif etika bisnis Islam. Fungsi manajemen risiko sering diterjemahkan dalam 3 langkah yaitu, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian. Mengikuti

<sup>59</sup> Indrawati, Penjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa,29 November 2021.

<sup>&</sup>lt;sup>58</sup>Amiruddin,Penjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa,29 November 2021.

kebiasaan tersebut proses manajemen risiko dapat dibagi menjadi beberapa tahap berikut:

#### 1. Perencanaan

Setiap usaha atau bisnis yang akan dijalankan membutuhkan perencanaan usaha yang tepat untuk meminimalisir risiko kerugian yang kemungkinan akan terjadi saat menjalankan sebuah bisnis kedepannya. Oleh karena itu penting bagi kita untuk mengetahui apa saja komponen dari perencanaan usaha agar bisnis yang kita jalankan dapat berjalan sesuai dengan visi dan misi bisnis yang kita inginkan, jatuh bangun saat menjalankan sebuah usaha merupakan hal yang sangat wajar. Tapi kita bisa meminimalisir risiko usaha dengan perencanaan yang tepat dan matang. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat diliat dari hasil wawancara dengan 7 informan.

Serta pernyataan yang disampaikan Ibu Rahmawati penjual *seafood* di Pasar Sentral Siwa mengatakan:

Sebelum melakukan suatu usaha harus ada perencanaan yang matang dalam menjalankan bisnis atau usaha yang akan dijalankan, baik itu merencanakan apa saja yang harus dilakukan agar konsumen tertarik membeli dagangan kita agar berminat untuk membelinya. 60

Serta pernyataakn yang disampaikan bapak Tola penjual *seafood* di Pasar Sentral Siwa mengatakan:

<sup>&</sup>lt;sup>60</sup>Rahmawati, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 29 November 2021.

"Karena setiap rencana usaha selalu mempertimbangkan segala risiko kerugian dan mencoba untuk mencari solusinya. Walauoun risiko ini tidak bisa dihilangkan sama sekali saat menjalankan sebuah usaha". 61

Selanjutnya pernyataan Nurmiati, Penjual Seafood di Pasar Sentral Siwa mengatakan bahwa:

"Perencanaan usaha akan membuat kita bisa memperkecil risiko. Sehingga tidak terlalu memberikan dampak kerugian yang besar terhadap bisnis. Selain itu,solusi atas segala risiko yang akan dihadapi telah dipersiapkan sebelumnya". 62

Dari beberapa pernyataan di atas bahwa perencanaan adalah tindakan atau langkah-langkah yang akan dilakukan ketika akan memulai sebuah bisnis atau usaha. Dalam menjalankannya para pelaku usaha membutuhkan komponen perencanaan yang tepat agar bisnis yang dijalankan dapat berjalan dengan baik.

#### 2. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah sutu tindakan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terpe<mark>rinci, pelaksanaan</mark> bisa diartikan penerapan.<sup>63</sup>

Seperti penuturan Ibu Indrawati, dalam wawancaranya mengatakan:

"Karena seiring bertambah majunya teknologi banyak penjual yang menjual barangnya di media sosial sehingga makin tertarik pembeli membeli barang tersebut tanpa kepasar,karena bisa diantarkan lanngsung ke rumah atau lokasinya tersebut sehingga banyak peminat pembeli. Dan menarik perhatian Masyarakat".64

<sup>64</sup> Indrawati, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 29 November 2021.

<sup>&</sup>lt;sup>61</sup>Tola, Penjual Seafood, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, Wawancara di Pasar Sentral Siwa,29 November 2021.

<sup>62</sup> Nurmiati, Penjual seafood, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Sulsel, Wawancara di Pasar Sentral Siwa1 Desember 2021.

<sup>63</sup> https://id.m.wiktonary.org/wiki/pelaksanaan.

Dari penuturan di atas dapat simpulkan bahwa dengan adanya teknologi mempermudah pembeli dan penjual dalam mempromosikan barang tersebut tanpa capek-capek kepasar, dengan adanya bisnis online yang mempermudah pengntaran sampai ke tujuan si pembeli. Dan memberikan keuntungan yang lebih bagi si penjual online. Hal ini selaras dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Ibu Suriani salah satu penjual *seafood* di pasar sentral Siwa mengatakan bahwa:

"Jaman sekarang sudah canggih dimanapun orang bisa membeli barang atau memesan melalui internet, tanpa harus berdesakan di Pasar atau supermarket,dengan melakukan rencana berjualan di media sosial mempermudah seseorang untuk berinteraksi dalam membeli barang yang mereka butuhkan."

Manajemen risiko tidak dapat dihindari, tetapi dapat dikelola dan dikendalikan, oleh karena itu, pemilik usaha memerlukan serangkainan prosedur dan metodologi yang tepat digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan risko yang timbul dari kegiatan usaha atau yang biasa disebut sebagai manajemen risiko.

Manjemen risiko adalah suatu pendekatan terstruktur/metodologi dalam mengelola ketidakpastian yang berkaitan dengan ancaman. Manajemen risiko juga dapat diartikan yaitu mengurangi risiko yang berbeda-beda yang berkaitan dengan bidang yang telah dipilih pada tingkat yang dapat diterima oleh Masyarakat. Hal ini dapat berupa berbagai jenis ancaman yang disebabkan oleh lingkungan, teknologi,manusia, organisasi, dan politik. Disisi lan pelaksanaan

<sup>&</sup>lt;sup>65</sup>Suriani, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 29 November 2021.

manajemen risiko melibatkan segala cara yang tersedia bagi manusia khususnya bagi entitas manjemen risiko (Manusia, Staff, dan Organisasi)".<sup>66</sup>

Seperti penuturan Ibu Andriani, dalam wawancaranya mengatakan bahwa:

"Manajemen risiko itu adalah sebenarnya melindungi perusahaan atau pemilik usaha dari risiko reputasi, risiko operasional, termasuk risiko penjualan *Seafood*, karena jika perusahaan atau pemilik usha tidak memiliki manajemen risiko mka pemilik usaha akan terancam rugi, terancam bangkrut. Tujuan manajemen risiko untuk memberikan tujuan kehati-hatian pemilik usaha untuk mengembangkan produk-produknya yang dipasarkan, juga untuk melindungi perusahaan dari risiko yang akan trjadi. Dimana kita mengetahui banyak perusahaan atau pemilik usaha yang rugi karena manajemen risikonya tidak bangus, tidak bisa melihat bagaimana pasar yang baik maka banyak perusahaan atau pemilik usaha yang tutup". 67

Pernyataan dari ibu Andriani dalam wawancaranya ialah demi menjaga usaha agar tetap berjalan sesuai rencana maka pemilik usaha bisa memanajemen risiko yang akan muncul untuk kehati-hatian dalam usaha yang sedang dijalankan.

## 3. Pengendalian

Setelah manajemen risiko telah mengidentifikasi dan mengukur risiko yang dihadapi penjual sehingga ia memutuskan bagaimna menangani risiko tersebut.

Seperti penuturan dari bapak Amiruddin dalam wawancaranya mengatakan bahwa:

"dalam upaya mengendalikan risiko, perlu dilakukan penyelamatan pembiayaan ketika terjadi masalah. Mekanisme penyelamatan di Pasar itu

risiko.html.

<sup>67</sup> Andriani, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 29 November 2021.

http://idemotivasibisnis.blogspot.com/2016/09/pengertian-resiko-dan-manajemenrisiko.html.

memiliki cara yang efektif harus diterapkan dalam rangka pengendalian risiko, yaitu dengan melakukan penjualan (lelang). <sup>68</sup>

Pernyataan diatas para pemilik usaha melakukan pengendalian dengan cara menyelamatkan di Pasar sentral Siwa memiliki cara yang lebih efektif yang diterapkan dalam rangka pengendalian risiko yaitu dengan melakukan penjualan (lelang).

Tahap pengendalian risiko menjadi penting karena yang *pertama* manajemen perlu memastikan bahwa pelaksanaan pengelola risiko berjalan sesuai dengan rencara. *Kedua* manajemen juga perlu memastikan bahwa model pengelolaan risiko cukup efektif. *Ketiga*, karena risiko ituu sendiri berkembang, pengendalian bertujuan untuk memantau perkembangan terhadap kecendrungan-kecenderungan berubahnya profit risiko. Perubahan ini berdampak pada pergeseran peta risiko yang otomatis pada perubahan prioritas risiko.

Berdasarkan penelitian diperoleh data tentang risiko penjualan *Seafood* di Pasar sentral Siwa, dapat dilihat dari hasil wawancara dengan 7 informan.

Sebagaimana pernyataan ibu Andriani, *Penjual Seafood* di Pasar Sentral Siwa mengatakan:

"Mengenai risiko yang muncul ketika membeli hasil tangkapan laut dari nelayan yang begitu mahal karena belum musimnya,ttapi ketika di jual di pasar terkadang pembeli membeli dengan cara menembak harga dari harga sebelumnya" 69

<sup>&</sup>lt;sup>68</sup>Amiruddin, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 29 November 2021.

<sup>&</sup>lt;sup>69</sup> Andriani, Penjual *seafood*, jln. Andi Unru, kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 29, November 2021.

Hasil wawancara dengan Andriani beliau merasa adanya kerugian dengan menjual seafood karena terkadang pembeli membeli dagangannya dengan harga yang murah sedangkan beliau membeli dengan harga yang tinggi.

Pernyataan yang disampaikan oleh Tola selaku penjualan Ikan mengatakan:

"Usaha yang dijalaninya saat membeli hasil tangkapan laut terkadang mengalami risko seperti tangkapan yang diterimanya mengalami kerusakan body atau fisik karena pengirimannya yang cukup lama atau kurangnya es dalam pencampuran",70

Dari risiko yang mucul tersebut bapak Tola mngatakan "Bingung ketika akan menjual Seafood tersebut kepada pembeli karena yang diterimanya ada yang kondisinya rusak atau tidak layak sehingga bapak Tola mengatasi risiko tersebut dengan mencampurkan barang yang kondisinya baik dengan yang baik agar tetap mendapatakan keuntungan

Wawancara berikuttnya peneliti mewawancarai pembeli Seafood yang bernama Ismail mengatakan bahwa:

"Tertarik untuk membeli *seafood* atau tangkapan laut di Pasar Sentral Siwa karena jaraknya yang dekat dengan tempat tersebut. selanjutnya sistem yang terdapat di Pasar Tersebut terkadang masih kurang baik karena hasil tangkapan yang dijual terkadang terdapat beberapa seafood dengan kondisi yang kurang baik."<sup>71</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>70</sup> Tola, Penjual Seafood, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, Wawancara di Pasar Sentral Siwa,29 November 2021.

<sup>&</sup>lt;sup>71</sup> Ismail, Pembeli *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa,13 Desember 2021.

Hasil wawancara dengan Ismail tampak bahwa memaklumi barang yang diterima tersebut yang kondisinya kurang baik masih dalam jumlah sedikit tetapi jika *seafood* dengan kondisi kurang layak tersebut berjumlah banyak bapak ismail mengatakan bahwa akan melakukan komplain atau meminta ganti rugi kepada penjual dan selanjutnya tidak mau membeli *seafood* lagi.

Serta pernyataan yang disampaikan Nurmiati Pedagang atau Penjual ikan dan Udang di Pasar Sentral Siwa mengatakan:

"Dengan berperan sebagai orang tua tunggal untuk ke 5 anak saya, saya harus bekerja keras banting tulang, segala macam pekerjaan sudah saya kerjakan mulai dari bekerja ikan kering,mengikat rumput laut,saat ini saya menjual ikan dan udang di Pasar Siwa sudah 10 tahun lebih demi memenuhi kebutuhan keluarga yang kadang untung dan kadang juga mengalami kerugian."

Dari hasil wawancara dengan Nurmiati tampak bahwa ia sebagai orang tua tunggal yang menghidupi ke 5 anaknya dngan berjualan *Seafood* di Pasar Sentral Siwa setiap hari dari jam 7-5 sore. Yang kadang untung kadang juga mengalami kerugian.

## B. Jenis-jenis Risiko Penjualan Seafood di Pasatr Sentral Siwa

Menurut para penjual *seafood* di Pasar sentral Siwa dengan berbagai jenis risiko yang dihadapi, risiko seperti apa yang dihadapi saat anda menjalankan suatu usaha atau bisnis.

Setiap risiko usaha, merupakan hal yang diperlukan dalam membangun usaha. Mengapa karena munculnya risiko usaha berkaitan dengan hal-hal penting

٠

Nurmiati, Penjual Seafood, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, Wawancara di Pasar Sentral Siwa, 13 Desember 2021.

dalam membangun usaha. Jenis risiko yang perlu diketahui ada tiga, yaitu risiko permodalan, risiko pasar dan risiko operasional.

#### 1. Risiko Modal

Ketika membangun usaha pasti membutuhkan yang namanya modal karena modal bisa dikaitkan sebagai langkah awal dalam membangun usaha setelah ide usaha. Modal usaha bisa di dapatkan dari diri sendiri atau melakukan kerjasama dengan orang lain.

Dalam penelitian ini peneliti dapat menganalisis beberapa penjual *seafood* di pasar sentral Siwa. Dari hasil wawancara yang dilakukan bahwasanya risiko modal dalam menjalankan usaha apakah melakukan kerjasama atau tidak.

Seperti pernyataan salah satu informan Bapak Amiruddin penjual *seafood* di pasar Sentral siwa mengatakan bahwa:

"Saya menjalanlankan usaha jual *seafood* di Pasar ini dengan kerjasama dengan para Nelayan, saya hanya bekerja untuk menjual hasil tangkapannya dan dari hasil penjualan tersebut saya mendapatkan sedikit penghasilan atau upah dari Nelayan".<sup>73</sup>

Dan pernyataan bapak Tola salah satu penjual *seafood* di pasar sentral Siwa mengatakan bahwa:

"Saya menjual *seafood* dengan modal usaha dan hasil kerjasama dengan Nelayan, saya membeli hasil tangkapan lautnya kemudian menjualnya di Pasar dengan harga yang berbeda dari yang saya beli di Nelayan. Setidaknya ada sedikit keuntungan meskipun tidak bantak karena yang terpenting bisa mencukupi keluarga dan mendapatkan keberkahan dari apa yang aya jual".<sup>74</sup>

<sup>74</sup>Tola, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 12 Desember 2021

<sup>&</sup>lt;sup>73</sup> Amiruddin, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 12 Desember 2021

Dari kedua informan diatas bahwa mereka melakukan kerjasama dengan para Nelayan atau mereka membeli kemudian ia menjualnya kembali dengan harga yang berbeda dari harga sebelumnya.

Namun, modal usaha yang dimili ternyata bisa memicu hadirnya risiko yang muncul karena penjualan tidak kunjung meningkat sehngga menimbulkan kerugian jika usaha yang dibangun terus menerus mengalami kerugian, maka akan sulit untuk mengembalikan modal awal.

#### 2. Risiko Pasar

Seperti penuturan Ibu Rahmawati, dalam wawancaranya mengatakan bahwa:

"Risiko pasar terjadi disebabkan banyaknya *seafood* atau banjirnya tangkapan laut di Pasar Siwa mengakibatkan harga jual semakin rendah, padahal kita membeli barang dengan harga yang tinggi".

Berdasarkan pemaparan diatas bahwa risiko pasar terjadi saat banjirnya hasil tangkapan laut dan kurangnya peminat untuk membeli barang tersebut.

Sesuai dengan wawancara yang dihadapi dalam menjual *seafood* dan bagaimana langkah-langkah menghadapi risiko tersebut. Ibu Indrawati salah satu penjual *seafood* di pasar Sentral Siwa mengatakan bahwa:

"Kondisi Pasar akan selalu berubah-ubah seiring dengan berkembangnya zaman. Jika suatu usaha atau bisnis tidak mengikuti perkembangan zaman, maka bisnis atau usaha tersebut akan tertinggal dengan usaha yang lainnya. Oleh karena itu kondisi pasar terus berubah-ubah termasuk ke dalam risiko usaha". 75

Dari penuturan diatas, dapat disimpulkan bahwa risiko Pasar terjadi disebabkan fluktuasi barang yang dimana pada saat membeli di para Nelayan dengan harga yang lumayan tinggi, dan pada saat menjual kembali mengalami penurunan. Variable pasar dalam hal ini adalah nilai tukar dari kedua jenis risiko Pasar tersebut yaitu mengalami perubahan harga Pasar, dan dengan

<sup>&</sup>lt;sup>75</sup>Indrawati, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 13 Desember 2021

perkembangan zaman yang pesat jika kita tidak mengikuti zaman seakarang maka kita akan tertinggal.

Seiring dengan pertumbuhan pendapatan yang sesat dalam usaha penjualan *seafood* ini diiringi pula risiko besar yang harus dihadapi dalam usaha *seafood* ini.

## 3. Risiko Operasional

Masalah resiko operasional tidak terlepas dari Sumber Daya manusia (SDM),Proses internal, dan sistem intrastruktur, serta kejadian eksternal yang mana dari sumber-sumber risiko tersebut menyebabkan kejadian-kejadian yang berdampak negatif pada penjualan *Seafood*. Mulai memberi perhatian terhadap risiko operasional sama pentingnya pemberian perhatian terhadap resiko-resiko lainnya.

Seperti yang diungkapkan Ibu Andriani,ia mengatakan:

"Risiko sumber daya manusia berhubungan langsung dengan penjual yang bersangkutan, baik disengaja maupun tidak disengaja. Permasalahan ini bisa disebabkan oleh beragam hal, misalnya pelatihan yang kurang berkualitas dan banjirnya hasil tangkapan laut yang membuat harga seafood tidak menentu dan harga tangkapan laut yang menurun karena banjirnya hasil tangkapan laut di Pasar.."

Menurut Informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa mengidentifikasi risiko operasional dimulai dari memahami bagaimana proses bisnis atau usaha yang dilakukan,berdasarkan dari proses penataan proses operasional utama dari bisnis tersebut, selanjutnya dilakukan identifikasi terhadap faktor penyebab timbulnya risiko operasional yang melekat pada seluruh aktivitas fungsional,

<sup>&</sup>lt;sup>76</sup> Andriani, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 29 November 2021.

produk,proses,dan system informasi yang berdampak negatif terhadap pencapaian sasaran usaha *seafood* tersebut, memanajemen dan control proses operasional yang tepat disetiap proses utama tersebut akan dapat mengendalikan dan mengurangi terjadinya risiko operasional.

Hasil Identifikasi tersebut selanjutnya dapat digunakan untuk:

- a. Memperbaiki Kualitas kerja
- b. Mengurangi kerugian karena kegagalan proses
- c. Mengubah budaya kerja peduli resiko
- d. Menyediakan system peringatan dini terhadap gangguan suatu system atau manajemen.

## C. Langkah-langkah Mengatasi manajemen Risiko Penjualan *Seafood* di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Berdasarkan hasil wawancara kepada pedagang atau penjual *seafood* di pasar Sentral Siwa maka peneliti akan menganalisis langkah-langkah mengatasi manajemen risiko penjualan *seafood* dalam etika bisnis Islam berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Dari data wawancara mengenai manajemen risiko penjualan *seafood* di Pasar Sentral Siwa. Maka peneliti akan menganalisis resiko yang timbul dan bagaimana cara penjual *Seafood* mengatasi risiko yang muncul dengan melihat dari etika bisnis Islam tersebut.

Sesuai dengan wawancara yang dilakukan peneliti mencoba meneliti beberapa informan penjual *seafood* di pasar sentral dengan pertanyaan bagaimana sifat atau karakter penjual saat ada pembeli. Informan pertama Ibu Nurmiati salah satu penjual *seafood* di Pasar sentral siwa mengatakan bahwa:

"biasanya saya menarik perhatian pembeli dengan cara teriak-teriak atau menggombal agar mereka membeli dagangan saya, bersifat ramah kepada pembeli. Karena pembeli adalah raja dan mesti diketahui seberapa besar tingkat kebutuhan konsumen akan sebuah barang, maka akan memperkecil risiko bisnis tersebut. dengan bagaimana kita memasarkan agar pembeli tertarik engan barang kita".

Penurutan dari Ibu Nurmiati dalam wawancaranya bahwa dengan mengambil hati pembeli atau agar pembeli mau membeli dagangannya ia melakukan cara dengan teriak atau menggombal pembelinya

Informan ke dua dengan pertanyaan yang sama bapak Amiruddin salah satu penjual *seafood* di pasar Sentral Siwa mengatakan bahwa:

"kalau saya biasanya menawarkan dulu dagangan saya, bahwa saya jual barang yang keadaannya masi baru atau segar, bisa diperiksa dulu, dengan cara jujur agar pembeli senang dengan kita dan diapun juga puas dengan barang kita. Dan jalin komunikasi dengan pelanggang".<sup>78</sup>

Penjelasan diatas menunjukkan bahwa Bapak Amiruddin mengutamakan sifat yang jujur dan amanah dalam menjual barang atau hasil tangkapan lautnya kepada pembeli, agar ia tidak merugikan pembeli yang lain.

Informan ke tiga dengan pertanyaan yang sama Ibu Suriani salah satu penjual *seafood* di Pasar sentral siwa mengatakan bahwa:

"Dengan cara di gora-gorai (teriak-teriak) atau digombal-gombal kasian pembeli supaya bisa na beli dagangan ta' biasa juga na nbeli tapi minta tambah lagi. Ya tidak apa-apa kalo harga turun tapi biasa juga mau orang tapi mahal sekali". 79

<sup>&</sup>lt;sup>77</sup>Nurmiati, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 14 Desember 2021.

<sup>&</sup>lt;sup>78</sup> Amiruddin , Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 14 Desember 2021.

<sup>&</sup>lt;sup>79</sup> Suriani, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 14 Desember 2021.

Character merupakan watak atau sifat Custemer, baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam lingkungan usaha penilaian atas watak ini bertujuan untuk mengetahui sampai sejauh mana pembeli memiliki iktikad untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan kesepakatan.

Informan ke empat dengan pertanyan yang sama Ibu Indrawati selaku penjual *seafood* di Pasar Sentral Siwa mengatakan bahwa:

"Usaha yang saya jalankan yaitu selain mempunyai empang atau menangkap tangkapan *seafood* ini juga saya menjualnya sendiri baik dirumah maupun di Pasar, risiko biasanya ditanggung sendiri misalnya ada kekurangan atau harga *seafood* makin naik, tetapi minat pembeli kurang dikarenakan barangnya kecil atau sudah tidak segar, nah jika ini terjadi seperti biasa dijemur kembali atau memberikan tetangga daripada tinggal mubazzir jika dibuang, kecuali barang tersebut sudah tidak layak, ya harus dibuang meskipun rugi". <sup>80</sup>

Penjelasan diatas menunjukkan bahwa ia menanggung risikonya sendiri. Sebelum terjadi kerugian besar selagi masih bisa diolah kembali atau memberikan kepada yang membutuhkan jauh lebih baik dibandingkan di buang begitu saja, karena sifat tolong menolonglah yang membuat kita erat kepada siapapun.

Informan ke lima dengan pertanyaan yang sama ibu Nursam selaku penjuak *seafood* di Pasar sentral Siwa mengatakan bahwa:

"Terkadang juga kalau musim banjir *seafood* harga tangkapan laut rendah atau menurun padahal sebelumnya kita membeli barang dengan harga tinggi, terkadang pembeli membeli barang dengan cara menembak harga dari harga sebelumnya, atau mencampurkan dengan barang yang bagus, agar bisa mendapatkan keuntungan sedikit. Mau diapa kita hanya bisa sabar karena memang kita hanya penjual yang kadang untung dan kadang rugi apalagi sekarang kurang pembeli dikarenakan covid ini, jadi

-

<sup>&</sup>lt;sup>80</sup>Indrawati, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 14 Desember 2021.

sedikit pembeli yang datang di Pasar, kalau tidak laku di es lagi kalau tidak habis dijemur lagi, atau dikasi orang atau tetangga". 81

Dari pernyataan diatas peneliti menganalisis bahwa pemilik usaha atau pedagang dalam memanajemen risiko yang muncul dan dilihat dari prinsip *character* bahwa pemilik usaha belum memiliki *character* yang baik dalam mengatasi risiko yang muncul karena daapat dilihat bahwa pemilik usaha terkadang masih merugikan pihak pembeli.

Informan ke enam dengan pertanyaan yang sama Ibu Rahmawati selaku penjual *seafood* di Pasar Sentral Siwa mengatakan bahwa:

"Terkadang ada pembeli membeli barang dengan cara di cicil atau kredit karena ia juga mau menjual barang tersebut, biasa barang habis tetapi uangnya belum dikasih. Risiko seperti ini biasanya saya alami, padahal kita juga mau setor uang atau hasil jualannya di pedagang lain, terkadang saya lagi menanggung pembayaran tersebut". 82

Dari pernyataan diatas peneliti menganalisis bahwa pemilik usaha atau penjual dalam memanajemen risiko yang muncul dengan dilihat dari prinsip collateral bahwa dari prinsip tersebut peneliti tidak menemukan risiko berkaitan dengan prinsip tersebut karena distributor yang dilakukan oleh pemilik usaha dilakukan secara langsung kepada para pembeli dan juga tidak terjadi risiko seperti pembayaran barang yang menunggak.

Seperti pernyataan Bapak Tola selaku penjual *seafood* di Pasar Sentral Siwa mengatakan bahwa:

"Jika seseorang memerlukan sesuatu, kita harus memberikan dengan laba yang minimal, jika perlu tanpa keuntungan, atau jika seseorang memerlukan sesuatu kita harus memberikan dengan laba yang minimal, jika perlu tanpa keuntunan, atau jika seseorang membeli barang dari

<sup>82</sup>Rahmawati, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 14 Desember 2021

<sup>&</sup>lt;sup>81</sup>Nursam, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa.14 Desember 2021

orang miskin, harganya sewajarnya dilebihkan, kemudian jika ada orang yang berhutang dan tidak mampu membayar, maka diperpanjang, tidak diberatkan dan sebaiknya dibebaskan karena sebenarnya kita mencari rizki yang halal dan yang berkah". <sup>83</sup>

Dari pernyataan bapak Tola diatas peneliti menyimpulkan bahwa setiap pelaku usaha memegang prinsip-prinsip bisnis Islam yang mengutamakan keberkahan dibandingkan keuntungan, dan tidak merugikan satu sama lain. dalam berinteraksi secara syariah ada beberapa prinsip yang harus di pegang yakni: saling ridha (an-taradhin), bebas manipulasi (gharar),aman dan tidak membahayakan (mudharat), tidak spekulasi (masyir), tidak ada monopoli dan menimbun (ikhtikar), bebas riba dan halalan toyyiban.

# 1. Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan masuk dalam langkah-langkah mengatasi risiko penjualan *seafood* di Pasar Sentral Siwa. Adapun wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan bapak Amiruddin selaku penjual *seafood* di Pasar sentral Siwa mengatakan bahwa:

"Saya mengatasi risiko penjualan ini dengan cara bekerjasama dengan Nelayan atau menyepakati bersama dalam mengelola usaha ini jika terjadi masalah maka kita sama-sama yang hadapi. Hanya menyeimbangkan antara barang yang baus dengan barang yang kurang bagus agar tidak terjadi kerugian yang besar setidaknya bisa menutupi kekurangan barang dengan yang kurang baik untuk mendapatkan keuntungan". 84

Selanjutnya penuturan dari Bapak Tola salah satu penjual *seafood* di Pasar sentral Siwa mengatak bahwa:

"Saya menjual hasil tangkapan laut, sesuai dengan apa yang dipilih pembeli memisahkan yang masih segar dengan yang tidak, tetapi untuk menutupi

<sup>83</sup>Tola, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 13 Desember 2021 .

<sup>84</sup> Amiruddin, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 14 Desember 2021.

kekurangan karena jika tidak diakali sedikit kita akan rugi, tapi tidak semua yang kurang baik kita campur kita memilih yang masih bisa di jual atau dikonsumsi atau tidak, biasanya juga dibuang saja jika sudah tidak layak lagi untuk di jual". <sup>85</sup>

Berdasarkan hasil wawancara kepada pihak penjual *seafood* di Pasar Sentral Siwa kelurahan Bulete bahwa penjual dalam mengatasi risiko yang muncul ketika dalam proses pembelian atau pengantaran kepada Nelayan hingga sampai mendistribusikan kepada para pedagang eceran baik dipasar maupun dipelosok-pelosok masih mencampur barang yang kondisinya baik dengan yang tidak baik sehingga cara tersebut dapat merugikan pembeli atau konsumen. Hal itu dilakukan karena pemilik mengatakan bahwa untuk tetap dapat mendapatkan keuntungan.

Selanjutnya data hasil wawancara yang diperoleh dari para penjual dan pembeli seafood di pasar Sentral Siwa bahwa mekanisme distribusi yang terdapat di Pasar sentaral Siwa masih kurang baik karena dapat dilihat dari data wawancara dengan pembeli seafood yaitu Bapak Ismail bahwa ketika mendapatkan seafood yang kondisinya kurang layak dari penjual maka pemilik menyuruhnya untuk mencampurkan barang tersebut yang kondisinya bak dengan yang tidak baik, sehingga menurut pembeli cara tersebut dapat merugikan konsumen. Selanjutnya data dari penjual yaitu ibu Nurmiati bahwa terkadang masih mendapatkan barang yang kurang baik.

Berdasarkan dari darta tersebut maka peneliti dapat menganalisis bahwa manajemen risiko penjualan *seafood* di pasar sentral siwa dalam persfektif etika bisnis islam.karena penjual dalam mengatasi risiko yang muncul dengan cara yang

<sup>&</sup>lt;sup>85</sup>Tola, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 14 Desember 2021

dapat merugikan pihak lain seperti para konsumen atau pembeli dan hanya memaksimalkan keuntungan saja.

# 2. Prinsip Tanggung Jawab

Berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Nursam mengenai mekanisme kerja yang dilakukan ketika menghadapi pembeli yang komplain saat menerima barang yang dijualnya Ibu Nursam mengatakan bahwa:

"Mengatasinya dengan cara menjelaskan kepada konsumen atau pembeli bahwa saya tidak tahu kalau terdapat barang yang tidak bagus tetapi jika seafood kondisinya yang rusak atau bodynya yang kurang layak maka saya mengatakan kepada konsumen siap untuk megganti dengan kondisi yang baik."

Selanjutnya dari konsumen pasar siwa yaitu Bapak Tola mengenai mekanisme penjualan seperti ketika bapak Tola menerima barang yang kurang layak berjumlah banyak beliau akan meminta ganti dengan barang yang baik kepada penjual *Seafood*.

Dari data tersebut maka peneliti dapat menganalisis bahwa mekanisme kerja yang terdapat di Pasar sentral Siwa dalam mengatasi risiko yang muncul masih belum sesuai dengan prinsip tanggung jawab yang terdapat dalam etika bisnis Islam. Karena Ibu Andriani dalam mengatasi para konsumen yang komplain dengan hanya menjelaskan saja tanpa mengganti buah yang kondisinya kurang baik tersebut. Ibu Andriani akan mengganti hanya jika *seafood* dengan kondisi yang kurang layak yang di kirimnya berjumlah banyak.

Landasan hukum Surah Al- Isra ayat 36.

<sup>&</sup>lt;sup>86</sup>Nursam, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 14 Desember 2021.

# وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ۚ إِنَّ ٱلسَّمْعَ وَٱلْبَصَرَ وَٱلْفُؤَادَ كُلُّ أُوْلَتِهِكَ كَانَ عَنْهُ

# Terjemahnya:

Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabnya.<sup>87</sup>

# 3. Kehendak bebas (Free Will)

diberikan kehendak Pada tingkat tertentu manusia bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah swt menurunkannya ke bumi. Dengan tampa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntut oleh hukum yang diciptakan Allah swt ia diberi kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, memilih jalan hidup diinginkan dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan yang dipilih. 88 Perbuatan yang merupakan free Will manusia merupakan pilihan kita dan allah akan meminta pertanggung jawaba terhadap perbuatan tersebut (Allah akan menghisap perbuatan Manusia). Allah Berfirman dalam Q.S. Al- Maidah 7:11 yaitu:

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, ingatlah kamu akan nikmat Allah (yang diberikan-Nya) kepadamu, di waktu suatu kaum bermaksud hendak menggerakkan tangannya kepadamu (untuk berbuat jahat), Maka Allah

<sup>88</sup>Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2024), h. 38.

<sup>&</sup>lt;sup>87</sup>Departemen Agama RI *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.

menahan tangan mereka dari kamu. dan bertakwalah kepada Allah, dan Hanya kepada Allah sajalah orang-orang mukmin itu harus bertawakkal.<sup>89</sup>

kehendak bebas yang dimaksud disini adalah kebebasan untuk membuat sesuatu perjanjian atau tidak, melaksanakannya bentuk aktivitas tertentu serta berkreasi untuk mengembangkan potensi bisnis yang ada. Namun, kebebasan yang dimaksud disini adalah kebebasan dalam hal positif yang sesuai dengan nilai etika bisnis islam yang tidak akan merugikan salah satu pihak didalamnya, yang saat ini terjadi ialah pelaku bisnis berkreasi dengan bebas dan mencari keuntungan yang leh banyak dan mengurangi risiko kerugian. Dimana dalam wawancara dengan Amiruddin penjual Ikan di Pasar Sentral Siwa,mengatakan bahwa:

"Dalam memasarkan penjualan atau barang kami melakukan promosi berdasarkan fakta yang ada di depan atau digambar yang ada tidak melebihlebihkan karena akan berdampak pada kami, jika penjelasan atau promosi kasi tidak sesuai maka akan merugikan pembeli atau langganan sehingga bisa membuat pembeli atau langganan tersebut tidak percaya lagi pada kami bisabisa pergi ke tempat lain dan itu sangat merugikan kami juga." <sup>90</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa hal dalam menepati janji adalah salah satu moral keimanan, jadi setiap pelaku bisnis harus memiliki komitmen yang kuat dalam hal pemenuhan janji, dengan menepati janji seseorang konsumen,pelanggan atau pembeli dengan sendirinya akan menaruh kepercayaan kepada penjual dengan tindakan tidak ragu lagi untuk membuat perjanjian-perjanjian berikutnya, disamping itu pelanggang atau pembeli akan merasa puas dan merasa selalu diutamakan, hal ini juga sesuai dengan teori Implementasi

<sup>&</sup>lt;sup>89</sup> Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahanya

<sup>&</sup>lt;sup>90</sup> Amiruddin, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 29 November 2021.

menurut Ceaves yaitu proses bergerak menuju tujuan kebijakan dengan cara langkah administratif dan politik, yang maksudnya memaarkan barang hasil tangkapan laut sudah sesuai dengan langkah-langkahnya atau mengoprasionalkan program-program yang telah dirancang atau didusun sesuai trategi pemasaran.

## 4. Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif kemunkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis. Kebenaran yang dimaksud disini adalah kemurahan hati, motif pelayanan, kesadaran akan adanya Allah swt dan aturan yang menjadi prioritas pelaku yang benar meliputi proses akad atau transaksi, proses mencari dan memperoleh komoditas, serta proses usaha pengembangan utuk meraih keuntungan dengan jalan yang baik dan berdasarkan etika bisnis Islam.

Mengenai hal diatas sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Prof. Alfazul Rahman dalam bukunya "Muhammad: *A Trader* " bahwa Rasulullah saw pebisnis yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian bisnis. Dia sering menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang didipesan dengan tepat waktu. Muhammad saw, pun senangtiasa menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan inegritas yang tinggi dalam berbisnis. Dalam menjalankan bisnis, Muhammad saw, selalu melaksanakan prinsip kejujuran (transparan). Ketika sedang berbisnis, beliau selalu jujur dalam menjelaskan keunggulan dan kelemahan produk yang dijualnya. Ternyata prinsip transparansi beliau itu menjadi pemasaran yang efektif untuk menrik pelanggannya seperti mencintai dirinya sehingga selalu melayani mereka dengan

sepenuh hatinya (melakukan service excellence) dan selalu membuat mereka puas atas pelayanan beliau (melakukan prinsip cotumer satisfaction).

Dalam melakukan bisnisnya, Muhammad saw tidak pernah mengambil margin keuntungan sangat tinggi seperti yang bisa dilakukan para pebisnis lainnya pada masanya. Beliau hanya mengambil margin keuntungan secukupnya saja dalam menjual produknya. Ternyata kiat margin keuntungan yang dilakukan beliau sangat efektif, semua barang yang dijualnya selalu laku dibeli orang-orang lebih suka membeli barang-barang jualan Muhammad saw, daripada pedagang lain karena bis mendapatkan harga yang lebih murah dan berkualitas. Dalam hal ini beliau melakukan prinsip persaingan sehat dan kompetitif yang mendorong bisnis semain efisien dan efektif. 91

Etika dalam berbisnis seperti yang telah diteladani Rasulullah yaitu Nabi Muhammad saw. Sewaktu muda ia berbisnis dengan memperhatikan kejujuran,kepercayaan, dan ketulusan serta keramah-tamahan. <sup>92</sup> Kemudian mengikutinya dengan penerapan prinsip bisnis dengan nilai *siddiq, amanah,tabligh, dan fatanah*, serta nilai moral dan keadilan.

Dimana dalam wawancara KM. Ismail. S.Ag. selaku costemer Pasar Siwa, Beliau mengatakan bahwa:

"Seperti pertanggung jawaban tadi dalam sebuah kesepakatan atau perjanjian yang telah dilakukan, kami transparan dalam melakukannya, agar konsumen atau pelanggan yang bekerjasama atau membeli barang dengan kami tidak merasa dirugikan apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan". <sup>93</sup>

<sup>92</sup>Muhammad Abd Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1993),h. 288.

Nur Kholik, "Cara Berdagang Rosulullah" situs http://untuk-islam-,blogspot.com/2010/06/untuk-islam-cara-berdagang-rosulullah.html.(diakses pada tanggal 20 Desember 2021).

<sup>&</sup>lt;sup>93</sup>Ismail, Costumer *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 13 Desember 2021.

Dari kelima prinsip diatas harus diterapkan dalam kegiatan perekonomian baik dalam hal produksi, pemasaran/distribusi, maupun dalam hal konsumsi

Etika dalam kegitan produksi yang dianjurkan dalam islam memproduksi barang yang halal baik secara individu maupun dilakukan secara bersama-sama. Dalam hal ini,para pelaku bisnis yang ada di Pasar Sentral Siwa telah memenuhi etika bisnis Islam dalam hal Produksi disebabkan mereka memasarkan barang atau dagangannya yang berkualitas dan halal. Disamping itu, hal ini sesuai dengan prinsip kebenaran, dimana dalam mencari dan memperolehnya menggunakan cara-cara yang benar. Sebagaimana yang dikatakan oleh penjual yang mengatakan bahwa:

"Saya melakukan pinjaman dari penjual *Seafood* untuk menutupi kekurangan dana untuk memperoleh barang yang bagus pada saaat pelunasan, itu dilakukan dengan perjanjian dengan membayar/ mencicil kepada penjual sampai lunas". <sup>94</sup>

Selain etika dalam hal produksi, para pebisnis atau pedagang juga perlu memperhatikan hal-hal atau etika dalam memasarkan atau menyalurkan barang dagangannya. Pemasaran barang dagangan ini dikategorikan dalam beberapa konteks yaitu konteks produk, harga, distribusi, dan promosi. Dalam konteks produk, barang yang dipasarkan halal dan baik. Dalam hal ini dagangan yang di pasarkan oleh penjual atau para pedagang adalah produk yang baik dan halal. Karena pada dasarnya barang yang diperdagangkan adalah barang-barang yang memberikan nilai tambah perekonomian terutama dalam menambah pendapatan keluarga ataupun pembisnis itu sendiri.

-

<sup>&</sup>lt;sup>94</sup> Andriani, Penjual *Seafood*, Kec. Pitumpanua, Kab. Wajo, Suksel, *Wawancara* di Pasar Sentral Siwa, 29 November 2021.

Etika pemasaran dalam konteks harga juga perlu diperhatikan oleh para pedagang atau pebisnis, agar mereka tidak semene-mena mendapatkan harga sesuai dengan keinginan mereka demi mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda. Dalam etika bisnis Islam, kita dianjurkan untuk menetapkan harga sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat dengan keuntungan yang layak, dan hendaknya dalam menentapkan harga harus tetap memerhatikan biaya produksi dari barang yang diperdagangkan sehingga tidak mengalami kerugian. Di samping itu, sebaiknya biaya yang ditetapkan tersebut mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen atau masyarakat untuk membeli barang yang diinginkan.



#### BAB V

#### **PENUTUP**

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan dari skripsi penulis yang berjudul "Manajemen Risiko Penjualan *Seafood* di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam" maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Penerapan fungsi-fungsi manajemen risiko penjualan seafood di Pasar Sentral Siwa telah diterapkan dengan baik. Baik itu prinsip perencanaan, pelaksanaan maupun pengendalian, dalam menerapkan fungsi manajmen risiko penjualan seafood di Pasar Sentral Siwa
- 2. Jenis-jenis Risiko pada penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa, yakni Resiko Modal yang modal usahanya ditanggung sendiri dan ditanggung bersama. Risiko Pasar, yang biasanya terjadi jika musim panen yang mengakibatkan harga jual rendah, dan Risiko Operasional.
- 3. Pada umumnya penjual *seafood* di Pasar Sentral Siwa tidak melakukan langkah-langkah mengatasi risiko dalam prinsip Etika bisnis Islam yang dianggap mengabaikan prinsip keseimbangan dan tanggung jawab, karena dalam praktek tekhniknya mencampurkan *seafood* yang kondisinya kurang baik dengan *seafood* yang kondisinya baik.

# B. Saran

- 1. Kepada Pemilik Usaha *Seafood* atau penjual *Seafood* harus merubah mekanisme kerja yang ada didalam usaha tersebut ketika mendapati risiko yang muncul sehingga tidak merugikan pihak konsumen,pembeli ataupun pelanggan.
- 2. Kepada Konsumen,pembeli atau pelanggan *seafood* lebih teliti dalam memesan atau membeli *seafood* di Pasar Sentral Siwa supaya tidak mendapati *seafood* dengan kondisi yang kurang layak.



#### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim
- Aziz Abdul, *Etika Bisnis Islam Implementasi Etika Bisnis untuk Dunia Usaha*, Bandung: 2013.
- Badroen Faisal, Etika Bisnis Dalam Islam. Jakarta: Kencana, 2015.
- Beekun RafiqIssa, Etika Bisnis Islam, Diterjemahkan oleh Muhammad,dari judul asli Islamic Busuness Athic, Yogyakarta:Pustaja Pelajar, 2004.
- Bungin, M.B. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Kencana. 2006.
- Darmawi Herman, Manajemen Risiko, Bumi Aksara, 2006.
- Departemen Agama RI, Al-qur'an dan terjemahan. Semarang: CV, TohaPutra, 2021
- Fahmi Irham, Manajemen Risiko Teori, kasus dan solusi, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Ferry N. Idroes. Manajemen Resiko Perbankan, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Hasan I. Analisis Data Dengan Penelitian Statistik, 2015.
- Hasan I. Manajemen Data Dengan Penelitian Statistik. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Hasbiansyah O,"Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi". Jurnal Komunikasi. (2015).
- Husein Umar, *Manajemen Risiko Bisnis Pendekat*an Finansial dan Nonfinansial, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Issa Rafik Beekun, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020.
- I Gede A.B. Wiranta, *Dasar-Dasar Etika dan MORALITAS*, Bandung: Citra Aditya Bakti,2005.
- Kartono Kartini, *Pengantar Metodologi dan Riset sisial*, Bandung: Mandar Maju,2003.
- Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Maralis Reni dan Aris Triyino, *Manajemen Risiko*, edisi 1 Cet. 1 Yogyakarta.CV Budi Utama,2001.
- Mertha Jaya, I Made Laut, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Yogyakarta: Anak Hebat Imdonesia, 2020.

Muhammad, Aspek Hukum Dalam Muamalat, Yogyakarta: Graha Ilmu,2007.

Muhammad, Etika Bisnis Islam.

Muhammad Abd Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Dana Bakti Wkaf, 1993.

Mulyawan Setia, Manajemen Risiko, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.

Anoranga Pandji, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.

O.P. Simorangki, Etika Bisnis, Jabatan, dan Perbankan, Jakarta: rineka Cipta, 2010.

Pabundu, Moh Tika, Metodologi Riset Bisnis, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Usman Husain, Purnomo Setiady akbar. *Metodologi Penelitian sosial*, edisi ke 2, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.

Universitas PEI Islam Indonesia, Ekonomi Islam.

Rahmat Syafei, Fiqih Muamalah, Bandung: Pustaka Setia, 2001.

Reni Maralis dan Aris T. Manajemen Risiko, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015.

Sodik, S.S. Dasar Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Soekanto Soerjono, Sosiologi Suatu Pengantar, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2013.

Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: alfabeta, 2012.

Sugiono, *Metode Penelitian Pendekatan Kualitati*f, Bandung. 2017.

Suhendi, H. Fiqih Muamalah. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Swasta Basu, Manajemen Penjualan. 2019.

Swasta Nawan, Manajemen Pemasaran, Yogyakarta, 2010.

Syeq Nawab Haidir N. "Manajemen Ilmu Ekonomi Islam, Yogyakarta. 2015.

Winardi, Enterpreneur dan Enterpreneurskip, Jakarta:2008.

Yusuf Qardawi, Norma dan Etika Ekonomi Islam, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

# Skripsi

- Fernando Davidi, 2017"Manajemen Resiko Terhadap usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam Dalam Menyalurkan Modal Kepada Masyarakat di Desa Tanjung Karang Kampar Kiri Halu Ditinjau Dari Ekonomi Islam." *Skripsi Ekonomi Syariah*, IAIN Parepare.
- Fauzi Muhammad, "Manajemen Resiko Pedagang Buah di Kelurahan Simpang Islam." Skripsi Sarjana:UIN,2015.
- Herpiana.2015, "Manajemen Resiko Pada Es Campur Ditinjau Dari Ekonomi Islam," Skripsi Sarjana Ekonomi: Riau.

## **Internet**

- Arifar Nurhidayat, "2021,Pengertian Risiko dan Manajemen Risiko" Situs http://idemotivasibisnis.blogspot.com/2016/09/pengertian-risiko-dan-manajemen-risiko.html. (diakses pada tanggal 20 Desember 2021).
- Kholid Nur,"2021, *Cara Berdagang Rosulullah*", Situs http://untuk-islam-,blogspot.com.untuk-islam-cara-berdagang-rosulullah.html.(diakses pada tanggal 20 Desember 2021).







#### KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

itan Amal Bakti No. 8 Boreang, Kota Perepare 91132 Telepon (b421) 21307, Faz. (b421) 24464 PO Box 908 Perepare 91100, website: www.lainpare.ac.id, email: inalificationer.ac.id

#### BERITA ACARA REVISI JUDUL SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama : YUSRIANTI N I M : 17.2900.008

Prodi : Manajemen Keuangan Syariah

Menerangkan bahwa judul skripsi semula:

MANAJEMEN RESIKO PENJUALAN SEAFOOD DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS DI PASAR SENTRAL SIWA)

Telah diganti dengan judul baru:

MANAJEMEN RISIKO PENJUALAN SEAFOOD DI PASAR SENTRAL SIWA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

dengan alasan / dasar.

Pembimbing Utama

Kavana Judul yang Ribaharanyan kulah panjang

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 12 Januari 2022

Pembimbing Pendamping

Dr. HJ. Marhani, Lc., M.Ag.

Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag.

o bighammad Kamal Zubair



#### KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM** 

alan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (9421) 21307, Fax. (9421) 24404 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor: B.4592/In.39.8/PP.00.9/11/2021

Lampiran :

Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI WAJO

Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

Di

KABUPATEN WAJO

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : YUSRIANTI

Tempat/ Tgl. Lahir : KOLAKA, 10 APRIL 1998

NIM : 17.2900.008

Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/MANAJEMEN

KEUANGAN SYARIAH

Semester : IX (SEMBILAN)

Alamat : JL. KEMAKMURAN, KELURAHAN BULETE, KECAMATAN

PITUMPANUA, KABUPATEN WAJO

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KABUPATEN WAJO dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

MANAJEMEN RESIKO PENJUALAN SEAFOOD DI PASAR SENTRAL SIWA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan November sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampalkan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

11 November 2021 Dekan,

IN PARTSemmad Kamal Zubair





## PEMERINTAH KABUPATEN WAJO KECAMATAN PITUMPANUA PASAR SENTRAL SIWA

Alamat: Pasar Sentral Siwa, Jl. Poros Palopo-Makassar No.14 Kode Pos 90992

# SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor :503601/12/PSs/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANTON S. Sos.

Jabatan : Pengelola Pasar Sentral Siwa

Alamat : Lompoloang, Kecamatan Pitumpanua, Kabupaten Wajo

Menerangkan bahwa:

Nama : YUSRIANTI Nomor Pokok : 17,2900 008

Program Studi: Manajemen Keuangan Syariah

Pekerjaan : Mahasiswi (S1)

Alamat : Jl. Kemakmuran, Kecamatan Pitumpanua, Kabupaten Wajo

Telah melakukan Penelitian dan Pengambilan Data di wilayah Pasar Sentral Siwa Mulai tanggal 26 November 2021 sid 26 Desember 2021 dalam rangka Penyusunan *Skripsi* dengan judul:

MANAJEMEN RESI<mark>KO PENJUALAN SE</mark> (1700) DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Demikian Surat Keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Siwa, 27 Desember 2021

Siwa, 27 Desember 2021

Part Siwa

First S Sos

SFO F 680104200711036



# KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS SYARIAH

Jl. AmalBakti No.8 Soreang 91131 Telp.(0421) 21307

# VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

NAMA : YUSRIANTI NIM : 17.2900.008

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI : MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH

JUDUL : MANAJEMEN RESIKO PENJUALAN

SEAFOODDI PASAR SENTRAL SIWA DALAM

PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

## PEDOMAN WAWANCARA

## Wawancara Untuk Pedagang Seafood di Pasar Sentral Siwa:

- 1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu Menjadi Pedagang Seafood di Pasar Sentral Siwa.?
- 2. Dari jam berapa bapak/ibu menjual?
- 3. Mengapa Bapak/Ibu Tertarik untuk menjual Seafood di Pasar Sentral Siwa?
- 4. Bagaimana Penerapan Penjualan Seafood di Pasar Sental Siwa?
- 5. Risiko-risiko Apa yang dihadapi dalam Menjual Seafood di Pasar Sentral Siwa?
- 6. Bagaimana cara bapak/ibu jika daganganya tidak terjual habis?
- 7. Apa Saja Hambatan yang Sering Dialami Para Pedagang di Pasar Sental Siwa?

- 8. Bagaimana cara bapak/ibu menerik perhatian pembeli agar membeli dagangan bapak/ibu?
- 9. Apa Cara yang lakukan Menurut Bapak/Ibu Sudah Dapat Melakukan Resiko yang Muncul ?
- 10. Bagaimana Etika yang diterapkan dalam penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa?

#### WawancaraUntuk Pembeli:

- 1. Mengapa Anda Tertarik untuk Pembeli *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?
- 2. Bagaimana Menurut Anda dengan Pelayanan Penjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?
- 3. Apakah Menurut Anda Sistem Penjualan Seafood yang dilakukan di Pasar Sudah Baik?
- 4. Apakah Anda pernah Merasa dirugikan Atas Penjualan yang Dilakukan Oleh Penjual *Seafood* di Pasar Sental Siwa?
- 5. Bagaimana Sikap Anda Jika Merasa Dirugikan Atas Penjualan yang Dilakukan Pedagang Tersebut.?
- 6. Bagaimana Etika Penjualan yang dilakukan oleh Pedagang *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Setelah mencermati instrument dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul diatas, maka instrument tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

PembimbingUtama

Dr. Hj. Marhani, Lc.,M.Ag) NIP.19611231 199803 2 012 Parepare, 05 Agustus 2021

Mengetahui, PembimbingPendamping

(Bahtiar, S. Ag., M.A.) NIP.197205051 199803 1 004





# KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS SYARIAH

Jl. AmalBakti No.8 Soreang 91131 Telp.(0421) 21307

# VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

NAMA : YUSRIANTI NIM : 17.2900.008

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI : MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH

JUDUL : MANAJEMEN RESIKO PENJUALAN

SEAFOODDI PASAR SENTRAL SIWA DALAM

PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

#### TRANSKIP WAWANCARA

## Wawancara Untuk Pedagang Seafood di Pasar Sentral Siwa:

# Informan 1 (Nurmiati)

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu Menjadi Pedagang Seafood di Pasar Sentral Siwa.?

**Jawaban:** sudah bertahun-tahun maka saya nak,sudah lebih 10 tahun menjual ikan,udang dan lain-lain.

2. Dari jam berapa bapak/ibu menjual?

Jawaban: dari jam 6 pagi sampai sore

3. Mengapa Bapak/Ibu Tertarik untuk menjual Seafood di Pasar Sentral Siwa?

**Jawaban:** Karena sebelumnya saya menjual saya cuman bantu-bantu suami akirnya sampai keterusan menjual ini.

4. Bagaimana Penerapan Penjualan Seafood di Pasar Sental Siwa?

Jawaban: Ya seperti ji biasa menjual seadanya

5. Risiko-risiko Apa yang dihadapi dalam Menjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: biasa dari modal,resiko es,kurang pembeli

6. Bagaimana cara bapak/ibu jika daganganya tidak terjual habis?

Jawaban: di buang saja klo sudah tidak bisa dijual, biasa juga di jemur

7. Apa Saja Hambatan yang Sering Dialami Para Pedagang di Pasar Sental Siwa?

Jawaban: kadang banyak pembeli-kadang juga tidak

8. Bagaimana cara bapak/ibu menerik perhatian pembeli agar membeli dagangan bapak/ibu?

Jawaban: Teriak-teriak

9. Apa Cara yang dilakukan Menurut Bapak/Ibu Sudah Dapat mengantisipasi Resiko yang Muncul ?

#### Jawaban:

10. Bagaimana Etika yang diterapkan dalam penjualan *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: Sikap Kejujuran dan keadilan

# **Informan 2 (Amiruddin)**

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu Menjadi Pedagang *Seafood* di Pasar Sentral Siwa.?

Jawaban: Sudah lebih 22 tahun saya menjual seafood di Pasar Sentral Siwa

2. Dari jam berapa bapak/ibu menjual?

Jawaban: dari jam 6 pagi sampai jam 5 sore

3. Mengapa Bapak/Ibu Tertarik untuk menjual Seafood di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: Karena mayoritas pencarian di sini kebanyakan Nelayan

4. Bagaimana Penerapan Penjualan Seafood di Pasar Sental Siwa?

Jawaban: Ya diterapkan sesuai kemampuan

5. Risiko-risiko Apa yang dihadapi dalam Menjual Seafood di Pasar Sentral Siwa?

**Jawaban:** Kadang untung kadang juga rugi kalo lagi sepi pembeli

6. Bagaimana cara bapak/ibu jika daganganya tidak terjual habis?

**Jawaban:** biasa dikasi saja orang, kalo ndg bisa mi keringkan,biasa juga di buang saja.

7. Apa Saja Hambatan yang Sering Dialami Para Pedagang di Pasar Sental Siwa?

Jawaban: kalo musim ikan banjir penjual,namun sepi pembeli

8. Bagaimana cara bapak/ibu menerik perhatian pembeli agar membeli dagangan bapak/ibu?

Jawaban: Teriak-teriak,"singgah ki beli"

9. Apa Cara yang dilakukan Menurut Bapak/Ibu Sudah Dapat mengantisipasi Resiko yang Muncul ?

**Jawaban:** dengan menjual dengan harga yg tidak terlalu rendah,atau memastikan dulu banyak ka pembeli.

10. Bagaimana Etika yang diterapkan dalam penjualan *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: Sikap Kejujuran bisa di liat-liat dulu barangnya, atau diperiksa

# Informan 3 (Rahmawati)

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu Menjadi Pedagang *Seafood* di Pasar Sentral Siwa.?

Jawaban: Sudah lama mi, adami mungkin 10 tahun

Dari jam berapa bapak/ibu menjual?

**Jawaban:** Jam 7 pagi sampaijam 6

3. Mengapa Bapak/Ibu Tertarik untuk menjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa? **Jawaban:** Karena ee kalo ikan dijual sehari-hari,belanja hari-harinya bisa dijamin toh.

4. Bagaimana Penerapan Penjualan Seafood di Pasar Sental Siwa?

**Jawaban:** Penerapan penjualan ya biasanya diterapkan yang sesuai dengan penjual, apa yang dijual dan pastinya yang diterapkan yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

5. Risiko-risiko Apa yang dihadapi dalam Menjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

**Jawaban:** ya itu waktunya toh, musim ikan toh,itumi biasa rugi disitu,bagaimana itu kalo banjir ikan toh itu mi.

6. Bagaimana cara bapak/ibu jika daganganya tidak terjual habis?

Jawaban: di Es,baru besok dijual lagi.

7. Apa Saja Hambatan yang Sering Dialami Para Pedagang di Pasar Sental Siwa?

Jawaban: kalo lagi banjir ikan baru musim hujan, terkadang susah atau sedikit pembeli.

8. Bagaimana cara bapak/ibu menerik perhatian pembeli agar membeli dagangan bapak/ibu?

Jawaban: Teriak-teriak, bilang "singgah ki.aga ta sappa" begitu ji

9. Apa Cara yang dilakukan Menurut Bapak/Ibu Sudah Dapat mengantisipasi Resiko yang Muncul ?

Jawaban: kalo itu lagi kurang ikan dan kurang penjual biasanya dikasi naik juga harganya

10. Bagaimana Etika yang diterapkan dalam penjualan *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

**Jawaban:** ya sesuai dengan prinsip saya toh harus ki jujur karna satu kali ji itu orang membeli sama kita klo tidak sesuai dengan apayang dibutuhkan pasti tidak mau mi lagi beli sama kita.

## Informan 4 (Suriani)

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu Menjadi Pedagang *Seafood* di Pasar Sentral Siwa.?

Jawaban: Ia lama mi.

2. Dari jam berapa bapak/ibu menjual?

**Jawaban:** dari pagi sampai sore,terkadang kalo habis udang cepat pulang.

3. Mengapa Bapak/Ibu Tertarik untuk menjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: karna memang dulu ikut-ikut jeka kasian menjual,biar ada penghasilan

4. Bagaimana Penerapan Penjualan Seafood di Pasar Sental Siwa?

## Jawaban:

5. Risiko-risiko Apa yang dihadapi dalam Menjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: ini anu,kalo ee banjir udang, ndg laku, biasa rugii

6. Bagaimana cara bapak/ibu jika daganganya tidak terjual habis?

Jawaban: kalo tidak laku, dijual lagi, tapi kalo merah-merah mi dijual murah mi

7. Apa Saja Hambatan yang Sering Dialami Para Pedagang di Pasar Sental Siwa?

Jawaban: ya biasa to rugi,kalo banyak udang, kurang pembeli

8. Bagaimana cara bapak/ibu menerik perhatian pembeli agar membeli dagangan bapak/ibu?

Jawaban: di goragorai e,teriak-teriak atau digombal-gombal pembeli.

9. Apa Cara yang dilakukan Menurut Bapak/Ibu Sudah Dapat mengantisipasi Resiko yang Muncul ?

Jawaban: Terkadang resiko itu sulit diantisipasi, ya sabar saja hadapi

10. Bagaimana Etika yang diterapkan dalam penjualan *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: Sikap Kejujuran dan adil saat ada yang beli tidak bisa di kasi curang

# **Informan 5 (Indrawati)**

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu Menjadi Pedagang *Seafood* di Pasar Sentral Siwa.?

Jawaban: sudah 5 tahun

2. Dari jam berapa bapak/ibu menjual?

Jawaban: Jam 8 pagi sampai jam 5 sore

3. Mengapa Bapak/Ibu Tertarik untuk menjual Seafood di Pasar Sentral Siwa?

# Jawaban:

4. Bagaimana Penerapan Penjualan Seafood di Pasar Sental Siwa?

Jawaban: Ya bisa diliat-liat dulu klo cocok ki

5. Risiko-risiko Apa yang dihadapi dalam Menjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

**Jawaban:** ya biasa rugi biasa untung, karna udang klo merah mi ya dibuang saja.

6. Bagaimana cara bapak/ibu jika daganganya tidak terjual habis?

Jawaban: biasa dikeringkan,atau dikasi tetangga

7. Apa Saja Hambatan yang Sering Dialami Para Pedagang di Pasar Sental Siwa?

**Jawaban:** kalo lagi kurang pembeli dan ada orang yang mau membeli tapi di cicil lagi kasian

8. Bagaimana cara bapak/ibu menerik perhatian pembeli agar membeli dagangan bapak/ibu?

Jawaban: Teriak-teriak, senyumi pembeli

9. Apa Cara yang dilakukan Menurut Bapak/Ibu Sudah Dapat mengantisipasi Resiko yang Muncul ?

## Jawaban:

10. Bagaimana Etika yang diterapkan dalam penjualan *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: sikap jujur yang paling utama,karena klo jujurki pasti na beli lagi kembali barang ta di kita

# Informan 6 (Rahmawai)

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu Menjadi Pedagang *Seafood* di Pasar Sentral Siwa.?

Jawaban: Adami 20 tahun

2. Dari jam berapa bapak/ibu menjual?

Jawaban: star jam 8 sampai sore

3. Mengapa Bapak/Ibu Tertarik untuk menjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

**Jawaban:** Karena sebelumnya saya menjual saya cuman bantu-bantu suami akirnya sampai keterusan menjual ini.

4. Bagaimana Penerapan Penjualan Seafood di Pasar Sental Siwa?

Jawaban: Ya seperti ji biasa menjual seadanya

5. Risiko-risiko Apa yang dihadapi dalam Menjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: Biasa rugi,klo banyak ikan karna murah harganya.

6. Bagaimana cara bapak/ibu jika daganganya tidak terjual habis?

Jawaban: di Es,kalo tidak bisa mi laku di es di jemur lagi biar jadi uang kembali hehehe.

7. Apa Saja Hambatan yang Sering Dialami Para Pedagang di Pasar Sental Siwa?

Jawaban: Sudah banyak pesaing, atau penjual online jadi banyak mi pembeli yang kurang ke pasar. Jadi kita yang kurang update masalah online ya begitu mi. Kadang untung kadang rugi.

8. Bagaimana cara bapak/ibu menerik perhatian pembeli agar membeli dagangan bapak/ibu?

Jawaban: Teriak-teriak saja kasian atau di ajak bicara pembeli

9. Apa Cara yang dilakukan Menurut Bapak/Ibu Sudah Dapat mengantisipasi Resiko yang Muncul ?

**Jawaban:** diliat dulu situasi bagaimana penjual banyak ka pembeli di pasar kalo banyak ya banyak juga dibawa kalo sedikit sedikit mi dulu.

10. Bagaimana Etika yang diterapkan dalam penjualan *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: Sikap Kejujuran

# Informan 7 (Tola)

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu Menjadi Pedagang *Seafood* di Pasar Sentral Siwa.?

Jawaban: Sudah lama 10 tahun mi kapan

2. Dari jam berapa bapak/ibu menjual?

**Jawaban:** disini dari jam 7 pagi sampai jam 5 sore

3. Mengapa Bapak/Ibu Tertarik untuk menjual Seafood di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: ini karna bapakku penjual ikan juga jadi turun temurun ini pekerjaan yang ku jalani hehehe

4. Bagaimana Penerapan Penjualan Seafood di Pasar Sental Siwa?

## Jawaban:

5. Risiko-risiko Apa yang dihadapi dalam Menjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: biasa dari modal,resiko es,kurang pembeli

6. Bagaimana cara bapak/ibu jika daganganya tidak terjual habis?

Jawaban: kadang diksi orang atau tetangga kadang juga dies lagi

7. Apa Saja Hambatan yang Sering Dialami Para Pedagang di Pasar Sental Siwa?

Jawaban: kadang banyak pembeli-kadang juga tidak

8. Bagaimana cara bapak/ibu menerik perhatian pembeli agar membeli dagangan bapak/ibu?

Jawaban: Teriak-teriak

9. Apa Cara yang dilakukan Menurut Bapak/Ibu Sudah Dapat mengantisipasi Resiko yang Muncul ?

# Jawaban:

10. Bagaimana Etika yang diterapkan dalam penjualan *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: Kejujuran, harus konsisten juga,kepercayaan pembeli supaya datang kembeli membeli di saya. Tidak bohong-bohong atau menipu

## WawancaraUntuk Pembeli:

# Informan 1 (Ismail)

1. Mengapa Anda Tertarik untuk Pembeli Seafood di Pasar Sentral Siwa?

**Jawaban:** Karena Pasar Siwa lebih dekat dengan pasar yang lainnya,dan Pasar Siwa, dan Pasar Siwa juga terbuka setiap harinya.

2. Bagaimana Menurut Anda dengan Pelayanan Penjual *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

Jawaban: Ya kadang memuaskan kadang juga dirugikan.

3. Apakah Menurut Anda Sistem Penjualan *Seafood* yang dilakukan di Pasar Sudah Baik?

**Jawaban:** Menurut saya belum baik karena masih banyak penjual yang tidak jujur misalnya mencapurkan barang yang kondisinya bangus dengan yang kurang bagus.

4. Apakah Anda pernah Merasa dirugikan Atas Penjualan yang Dilakukan Oleh Penjual *Seafood* di Pasar Sental Siwa?

Jawaban: pernah malah sering dirugikan, saat membeli barang yang di perlihatkan masih segar ternyata setelah sampai dirumah sudah tercampur dengan yang kondisinya kurang baik.

5. Bagaimana Sikap Anda Jika Merasa Dirugikan Atas Penjualan yang Dilakukan Pedagang Tersebut.?

**Jawaban:** ya kesal, mau marah tapi mau bagaimana lagi sudah terlanjur juga, tapi lebih berhati-hati lagi dalam membeli sesuatu. Atau jangan di temoat itu lagi.

6. Bagaimana Etika Penjualan yang dilakukan oleh Pedagang *Seafood* di Pasar Sentral Siwa?

**Jawaban:** bermacam-macam perilaku atau sikap penjual,terkadang kalo kemakan gombal ya begitu mi kaya terhipnotis membeli barangnya,karena menggombal bahwa barang yang dia jual itu baik.

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama

AMIRUDDIN

Umur

: 57 TAHUN

Alamat

JL UTAMA

Pekerjaan

PENDUAL IKAN

Menerangkan bahwa benartelah memberikan keterangan wawancara kepada saudari YUSRIANTI yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Siwa, 29 November 2021 Yang bersangkutan,

AMUR DOOM

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama

TOLA

Umur

: 26 Tahur

Alamat

: JL UTAMA

Pekerjaan

PENJUAL SEAFOOD

Menerangkan bahwa benartelah memberikan keterangan wawancara kepada saudari YUSRIANTI yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Siwa,79 November 2021

Yang bersangkutan,

Saya yang bertandatangan di bawah ini

Nama

KM I Smail S Ag.

Umur

23

Alamat

Des Padang loang.

Pekerjaan

Guro / Dosen

Menerangkan bahwa benartelah memberikan keterangan wawancara kepada saudari YUSRIANTI yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Siwa, 18 November 2021

Yang bersangkutan,

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : RAHMAWATI

Umur : 43 TAHUN

Alamat JLN. ANDI KOLLO

Pekerjaan : PENJUAL IKAN / UPANG

Menerangkan bahwa benartelah memberikan keterangan wawancara kepada saudari YUSRIANTI yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Siwa,29 November 2021

Yang bersangkutan,

RAHM

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama SURIANI

Umur 53 TAHUN

Alamat JALAN BANSALAE

Pekerjaan PENJUAL SEAFOOD

Menerangkan bahwa benartelah memberikan keterangan wawancara kepada saudari YUSRIANTI yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Manajemen Risiko Penjualan Seafnod di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Siwa, November 2021 Yang bersangkutan,



Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama

: ADDIANI

Umur

ALAL A. MAJAC:

Alamat

.....

Pekerjaan

: PENJUAL IKAN

Menerangkan bahwa benartelah memberikan keterangan wawancara kepada saudari YUSRIANTI yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Siwa, 29 November 2021

Yang bersangkutan,

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama

: Nursam

Umur

: 63

Alamat

: Jl Bayangtava

Pekerjaan

: Pasyval ikan

Menerangkan bahwa benartelah memberikan keterangan wawancara kepada saudari YUSRIANTI yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Siwa, 13 November 2021

Yang bersangkutan,

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Murmiati

Umur 33 thn

Alamat JLN. A. Kollo

Pekerjaan : Peryuat ikan

Menerangkan bahwa benartelah memberikan keterangan wawancara kepada saudari YUSRIANTI yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Manajemen Risiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Siwan November 2021

Yang bersangkutan,











Hasil Tangkapan Laut (Seafood)



BUKU LAPORAN KEUANGAN USAHA SEAFOOD





Dokumentasi Salah Satu Pembeli Seafood di Pasar Sentral Siwa

### **RIWAYAT HIDUP PENULIS**



YUSRIANTI, lahir di Kolaka pada tanggal 10 April 1998 merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari ayah bernama Ridwan Japa dan ibu bernama Jumawati. Penulis memulai pendidikan pada SDN 353 Bulete, setelah tamat pada tahun 2011 penulis melanjutkan pendidikan di MTs DDI Al-Fur'qan Buntukamassi hingga tahun 2014.

Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren MA Al-Mubarak DDI Tobarakka dan berhasil lulus pada tahun 2017. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare mengambil Prodi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam. Selama perkuliahan penulis bergabung di komunitas One Day One Juz (ODOJ) Kota Parepare. Akhirnya penulis menyelesaikan skripsi pada tahun 2022 dengan judul skripsi: "Manajemen Resiko Penjualan Seafood di Pasar Sentral Siwa Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam".