

SKRIPSI

**TINJAUAN EKONOMI SYARIAH TERHADAP STRATEGI
PEMASARAN USAHA “PA’BALU BAU”
DI DESA UJUNG LABUANG**



OLEH

**MIRDAYANTI
NIM: 18.2400.101**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

**TINJAUAN EKONOMI SYARIAH TERHADAP STRATEGI
PEMASARAN USAHA “PA’BALU BAU”
DI DESA UJUNG LABUANG**



OLEH

**MIRDAYANTI
NIM: 18.2400.101**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Usaha “Pa’balu bau” di Desa Ujung Labuang.
Nama Mahasiswa : Mirdayanti
NIM : 18.2400.101
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.1646/In.39.8/PP.00.9/5/2021

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag
NIP : 197301292005011004
Pembimbing Pendamping : Dr. Arqam, M.Pd.
NIP : 197403292002121001



Mengetahui:
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 197102082001122002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Usaha “Pa’balu bau” di Desa Ujung Labuang.

Nama Mahasiswa : Mirdayanti

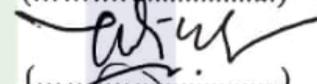
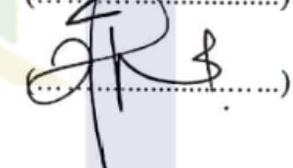
NIM : 18.2400.101

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK.Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.1646/In.39.8/PP.00.9/5/2021

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag	(Ketua)	
Dr. Arqam, M.Pd	(Sekertaris)	
Dr. Andi Bahri, S, M. E., M.Fil.I	(Anggota)	
An Ras Try Astuti, M.E	(Anggota)	

Mengetahui:
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,


Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 197102082001122002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah swt. Atas limpahan berkat rahmat dan hidayat-Nya. Tak lupa kita panjatkan Shalawat serta Salam kepada Baginda Nabiullah Muhammad Saw, Nabi sekaligus Rasul yang menjadi teladan bagi kita semua. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Evaluasi Pemberdayaan Usaha “*Pa’balu Bau*” di Desa Ujung Labuang (Analisis Ekonomi Islam)” ini sebagai salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan studi dan juga memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi” pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare).

Penulis pastinya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak bisa terselesaikan tanpa adanya doa, bantuan serta dukungan dari banyak pihak. Penulis menghaturkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua, ibu tercinta Raoda dan almahum Ayah tercinta Mudaris sehingga, penulis bisa dengan tepat waktu menyelesaikan tugas akhir akademik.

Penulis telah mendapatkan bantuan dan bimbingan dari bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag dan Dr. Arqam M.Pd, selaku pembimbing utama dan pendamping dengan segala bimbingannya yang diberikan mulai dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini sehingga penulis mampu menyelesaikannya dengan tepat waktu.

Selajutnya penulis mengucapkan dan menyampaikan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Dr. Hannani. M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag selaku “Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” dan Dr. Andi Bahri, S, M. E., M.Fil.I. selaku “Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” dan juga sebagai pembimbing

kedua saya. Serta Dr. Damirah, S. E., M. M. selaku “Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” terimakasih atas pengabdianya untuk membangun Kampus IAIN Parepare menjadi lebih maju lagi.

3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi “Ekonomi Syariah” yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam mendidik penulis selama masa studi di IAIN Parepare.
4. Kepada para pelaku usaha *pa'balu bau* yang telah memberikan dukungan dan memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
5. Terimakasih kepada ibunda tercinta, semua kakak dan adik tercinta yang selalu mendukung dan mengsupport dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Terimakasih kepada suami tercinta yang selalu mendukung saya dalam keadaan apapun sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada teman-teman grub “Cwek Pejuang” (Salwa, Rahmatia, Sari, sukarni, husnul Hatima dan Hartati) yang selalu mengsupport dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyampaikan agar pembaca berkenan untuk memberikan saran dan kritik demi terwujudnya penyusunan skripsi yang lebih baik lagi kedepannya. Dan semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin.

Kassipute, 9 Januari 2022

Penyusun,

Mirdayanti

NIM : 18.2400.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Mirdayati
Nim : 18.2400.101
Tempat/Tgl.Lahir : 4 Januari 2000
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
JudulSkripsi : Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Usaha
“Pa’balu bau” di Desa Ujung Labuang.

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

Kassipute, 9 Januari 2022
Penyusun,

Mirdayanti
NIM : 18.2400.101

ABSTRAK

Mirdayanti. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Usaha “Pa’balu bau” di Desa Ujung Labuang. (dibimbing oleh Bapak Muhammad Kamal Zubair dan Bapak Arqam).

Pemberdayaan merupakan salah satu usaha yang dilakukan dalam hal upaya memberdayakan masyarakat atau usaha yang ditujukan. Jenis usaha yang diteliti yaitu *pa’balu bau*. Tujuan usaha ini adalah membantu masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Terdapat dua kategori *pa’balu bau* yaitu supliar dan pengencer. Tujuan penelitian ini yaitu: 1) untuk mengetahui sejak kapan usaha *Pa’balu Bau* di Desa Ujung Labuang. 2) untuk mengetahui bagaimana manajemen pemasaran *pa’balu bau* Desa Ujung Labuang. 3) untuk mengetahui Bagaimana kontribusi usaha *pa’balu bau* terhadap pendapatan keluarga di Desa Ujung Labuang.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi, yang dilakukan kepada para pelaku usaha pintal tali dan para karyawan pintal tali. Dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara, penulis bisa memperoleh informasi yang akurat dan sesuai fakta berdasarkan objek penelitian yang dilakukan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Masyarakat yang berprofesi sebagai *pa’balu bau* di Desa Ujung Labuang sudah ada sejak tahun 1970-an. Letak geografis letak geografi serta masyarakat mayoritas sebagai nelayan di Desa Ujung Labuang merupakan potensi yang sangat besar bagi masyarakat untuk berprofesi sebagai *pa’balu bau* (penjual ikan). 2) manajemen pemasaran mencakup strategi dan sistem pemasaran yaitu, terdapat tiga jenis strategi yaitu nelayan yang menjual ikan kepada supliar, supliar yang menjual ikan kepada pengencer dan pengencer yang menjual langsung kepasar dan sistem pemasaran usaha *pa’balu bau* dilakukan secara langsung dengan pemasaran grosir dan enceran. 3) Kontribusi usaha ikan asin di Desa Ujung Labuang rata-rata dengan jumlah 83.3%, hal ini dapat disimpulkan bahwa kontribusi usaha *pa’balu bau* membantu masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-harinya bahkan mampu meningkatkan perekonomian pelaku usaha.

Kata Kunci : Pemberdayaan, Usaha *Pa’balu bau*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	4
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	6
B. Tinjauan Teoritis.....	10
C. Kerangka Konseptual.....	37
D. Skema Kerangka Berpikir.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi dan waktu penelitian.....	41
C. Fokus Penelitian.....	41
D. Jenis dan Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Hasil Penelitian.....	44
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	58

BAB VPENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
3.1	Daftar <i>Pa'balu bau</i> di Desa Ujung Labuang	47



Daftar Gambar

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Berfikir	36



DAFTAR LAMPIRAN

No . Lamp	Judul Lampiran
1.	Izin Melaksanakan Penelitian
2.	Surat Keterangan Izin Penelitian
3.	Izin Rekomendasi Penelitian
4.	Instrumen Penelitian
5.	Surat Keterangan Wawancara
6.	Dokumentasi
7.	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
8.	Riwayat Hidup



TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonen 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 huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (’).

b. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monofong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
ا	Dammah	U	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وُـ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَـ/آـ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
يَـ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
وُـ	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- 2) *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:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

e. *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:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعَمَّ : *Nu'ima*

عَدُوٌّ : *'Aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

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

عَلِيٌّ : "Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

g. Hamzah

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

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْءُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai’un*

أَمْرٌ : *umirtu*

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi 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, 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

i. *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:

دِينُ اللَّهِ *dīnullah* بِاللَّهِ *billah*

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

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ Hum fi rahmatillāh

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, alam 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 tersebut menggunakan 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 *Abū* (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, Abūal-Walid MuhammadIbnu)

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

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt.	=	<i>subḥānahū wa ta'āla</i>
Saw.	=	<i>şallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

س	صفحة
د	مكانيون
و	
ع	وسلم على صلى الله
هـ	
ط	طبعة
ن	بدون ناشر

لأخراها
خ

لأخراها
خ

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 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 sejenisnya.

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 ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

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



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia harapan untuk membangkitkan ekonomi rakyat sering kita dengarkan karena pengalaman ketika krisis multidimensi tahun 1997-1998. Usaha kecil telah terbukti mampu mempertahankan kelangsungan usahanya, bahkan memainkan fungsi penyelamatan di beberapa sub-sektor kegiatan. Fungsi penyelamatan ini segera terlihat pada sektor-sektor penyediaan kebutuhan pokok rakyat melalui produksi dan normalisasi distribusi. Bukti tersebut paling tidak telah menumbuhkan optimisme baru bagi sebagian besar orang yang menguasai sebagian kecil sumberdaya akan kemampuannya untuk pertumbuhan bagi pemulihan ekonomi. Aktivitas Ekonomi berjalan dengan Perkembangan Pertumbuhan Manusia itu sendiri dan Pengetahuan teknologi yang dimiliki. Pembagian kerja sebagai sebuah aktivitas ekonomi telah ditemui sejak generasi pertama keturunan adam dan hawa.¹

Berdasarkan Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Transmigrasi Republik Indonesia tahun 2015 mengatakan Pemberdayaan Masyarakat Desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat desa.

¹Yusnia, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Zakat Community Development di Desa Cendana Kabupaten Enrekang (Analisis Ekonomi Islam)", (*Skripsi sarjana*: Program studi hukum ekonomi syariah jurusan syariah dan ekonomi islam institut agama islam negeri Parepare) 2018 h.11.

Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 18 Tahun 2004 tentang Pedoman Umum Pelaksanaan pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir (PEMP) mencoba meletakkan kembali dasar-dasar pengembangan kawasan pesisir dengan pemberdayaan masyarakat. Secara umum program PEMP bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir dengan sasarannya ditujukan kepada masyarakat pesisir khususnya yang berprofesi sebagai nelayan melalui pengembangan kegiatan ekonomi, peningkata sumber daya kelautan dan perikann secara optimal dan berkelanjutan.

Menurut data dari departement Kelautan dan Perikanan, setiap tahunnya sektor perikanan mampu memberikan sumbangan pendapatan yang miningkat. Nelayan merupakan sebutan bagi orang-orang yang dalam kesehariannya bekerja untuk mencari ikan atau biota lainnya yang ada diperairan.

Menurut Undang-Undang no. 9 tahun 1985 tentang perikanan, nelayan adalah orang yang mata pencahariannya melakukan penangkapan ikan. Sedangkan menurut istilah baku yang dikeluarkan oleh Balai Informasi Pertanian tahun 1979 nelayan adalah pemilik atau buruh yang sebagian atau seluruh pendapatannya diperoleh melalui kegiatan pendapatan ikan di laut atau perairan umum, baik laki-laki maupun perempuan.²

Dilihat dari status dan penguasaan capital, nelayan dapat dibagi menjadi nelayan pemilik dan nelayan buruh. Nelayan pemilik atau juragan adalah orang yang memiliki penangkapan, seperti kapal/perahu, jaring dan alat tangkap lainnya. Nelayan mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi pertumbuhan perekonomian yang ada di Indonesia dan juga mempunyai peran penting bagi pemberian pangan dan

²M.Yusuf Syam, *“Analisis Karakteristik nelayan Buruh dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Di Kabupaten Pesisir Selatan”* Buruh Nelayan, 2017.

gizi di Indonesia. Selain itu Nelayan juga merupakan pekerjaan yang mampu memberikan penghasilan bagi para masyarakat pesisir. Pekerjaan ini merupakan salah satu upaya pemberdayaan masyarakat.

Penjual ikan (*Pa'balu Bau*) yang menjual ikan di pasar salah satu merupakan bagian yang sangat penting dalam bidang perikanan, karena selain kegiatan menangkap ikan di alam, membudidaya dan mengolah ikan, komoditi lain perikanan salah satunya adalah ikan juga perlu dipasarkan baik secara grosir kepada pedagang ikan lain atau secara enceran kepada konsumen.

Ujung Lero merupakan salah satu Desa yang terpencil yang ada di Kecamatan Suppa, yang berasal dari suku mandar yang mempunyai jumlah penduduk yang padat di kecamatan Suppa, kabupaten Pinrang, yang dominan pekerjaan masyarakatnya adalah seorang nelayan karena letaknya yang beraa di pesisir. Selain nelayan profesi penjual ikan juga terdapat di Desa Lero. Pada dasarnya profesi nelayan dan profesi *pa'balu bau* (Penjual ikan) mempunyai kaitan yang erat karena nelayan akan menjual ikannya kepada para profesi *pa'balu bau* dan *pa'balu bau* akan terjun kepasar untuk menjual ikan.

Profesi ini mempunyai dua Jenis *Pa'balu Bau* atau penjual ikan di desa Ujung Lero yaitu pertama Penjual ikan yang langsung mengambil ikan dari nelayan, penjual ikan yang langsung mengambil ikan dari nelayan ini biasanya mereka mensuplai ikan kepada penjual ikan lainnya. Kedua Penjual ikan yang mengambil ikan ke sesama Penjual ikan, jenis ini adalah mereka yang mengambil ikan dari supplier. Dari penjelasan diatas peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian yang terkait dengan *pa'balu bau*, sehingga penulis mengangkat judul “evaluasi pemberdayaan

usaha pa'balu bau di Desa Lero” dengan tujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang pa'balu bau dan ketiga jenis pa'balu bau yang telah disebutkan diatas.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Sejak Kapan usaha *Pa'balu Bau* di Desa Ujung Labuang beroperasi?
2. Bagaimana manajemen pemasaran pa'balu bau Desa Ujung Labuang?
3. Bagaimana kontribusi usaha pa'balu bau terhadap peningkatan pendapatan keluarga di Desa Ujung Labuang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pengertian diatas dan permasalahan diatas kita bisa mengambildari kesimpulan bahwa tujuan pelitian tidak bisa kita lepaskan dari penelitian. Oleh karena itu peneliti merumuskan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sejak Kapan usaha *Pa'balu Bau* di Desa Ujung Labuang beroperasi.
2. Untuk mengetahui bagaimana manajemen pemasaran pa'balu bau Desa Ujung Labuang.
3. Untuk mengetahui bagaimana kontribusi usaha pa'balu bau terhadap peningkatan pendapatan keluarga di Desa Ujung Labuang.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoretis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran masyarakat terhadap pengetahuan tentang pemberdayaan usaha *Pa'balu Bau* (Penjual ikan) pada nelayan di Desa Lero Kabupaten Pinrang.
 - b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti sejenis sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih mendalam.
2. Kegunaan Praktisi
 - a. Bagi Peneliti, untuk pengembangan wawasan keilmuan dan sebagai sarana penerapan dari ilmu pengetahuan yang selama ini penulis peroleh selama dibangku kuliah.
 - b. Bagi Akademisi, sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya dengan tema yang sama.
 - c. Bagi Masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada masyarakat yang menggalati usaha *Pa'balu Bau*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Sebelum peneliti mengkaji penelitian ini telah banyak penelitian terdahulu yang mengkaji penelitian ini yaitu:

Nurasiah dalam skripsinya yang berjudul "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Ikan di Laut (Studi Kasus Desa Ujung Labuang Kab. Pinrang)*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tujuan hukum islam terhadap jual beli ikan di laut pada masyarakat nelayan di desa ujung labuang, kabupaten pinrang. Jenis penelitian ini kualitatif dengan pendekatan teologis normatif, dan pendekatan sosiologis.

Metode yang digunakan meliputi wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi jual beli yang dilakukan oleh masyarakat nelayan di desa ujung labuang sangat menguntungkan bagi mereka. Hal ini berdasarkan beberapa hal. Pertama, berdasarkan tuntunan pasar, apabila ikan yang diperoleh nelayan langsung dibeli oleh panyambang, maka ikan tersebut akan tetap segar hingga sampai kepasar.

Berbeda apabila para nelayan sendiri yang membawanya kepasar, tentu saja akan memakan waktu yang cukup lama karena mereka masih ingin tinggal dilaut. Kedua, transaksi ini akan menjadikan efektivitas waktu bagi nelayan untuk kembali mencari ikan karena hasil tangkapan mereka yang sebelumnya telah ada yang membeli. Berdasarkan kaidah *maslahah*, transaksi jual beli ini dibolehkan karena banyak kebanyak yang diperoleh di dibandingkan dengan kerugiannya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah membahas tentang jual beli. Perbedaannya dengan penelitian saya adalah dalam penelitian ini berfokus pada tinjauan hukum islam terhadap jual beli ikan di laut. sedangkan penelitian saya akan membahas tentang bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap usaha *pa'balu Bau* (penjual ikan) pada nelayan.³

Pradytia Herlyansah dalam skripsinya yang berjudul “*Implementasi Kebijakan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Tangerang*”. Fokus penelitian ini adalah Implementasi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Tangerang. Masalah yang diidentifikasi oleh peneliti dalam penelitian ini adalah belum adanya Lembaga Keuangan Mikro yang disediakan oleh Pemerintah Kota Tangerang dalam mengatasi permodalan, pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Tangerang belum berjalan dengan optimal, sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Tangerang belum efektif karena masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki sertifikat halal, fasilitas yang disediakan oleh Dinas Perdagangan Perindustrian dan 15 Koperasi Kota Tangerang belum memadai. Penelitian ini menggunakan teori Van Meter dan Van Horn dalam implementasi yaitu:

Ukuran dan tujuan kebijakan, sumber-sumber kebijakan, karakteristik agen pelaksana, sikap/kecenderungan agen pelaksana, komunikasi antar organisasi, lingkungan sosial ekonomi dan politik. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi Kebijakan

³Nurasiah.Y “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Ikan di Laut (Studi Kasus Desa Ujung Labung, Kabupaten Pinrang)” (*Skripsi sarjana* : Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Negeri Parepare 2018). h.8.

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang sudah baik, namun masih perlu pembenahan dalam berbagai aspek. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti: tidak adanya Lembaga Keuangan Mikro di Kota Tangerang, tidak adanya sentra oleh-oleh Kota Tangerang sebagai wadah promosi, kurangnya sumber daya manusia yang ada di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi, belum adanya database UMKM di Kota Tangerang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah membahas tentang usaha. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah penelitian ini berfokus kepada implementasi kebijakan pemberdayaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di kota tangerang. Sedangkan penelitian saya yaitu berfokus tinjauan ekonomi islam terhadap usaha *pa'balu Bau* (penjual ikan) pada nelayan.⁴

Sarli prakoter giing dalam skripsinya yang berjudul “*Praktik Jual Beli Ikan di Pantai dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap)*”. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa dalam hukum islam transaksi semacam ini termasuk salah satu transaksi yang dilarang dalam islam, yakni transaksi talqī ruqban yaitu peristilahan dalam fiqih muamalah yang menggambarkan proses pembelian barang dengan cara mencegat barang dagangan sebelum tiba atau sampai di pasar. Yang dimaksudkan agar pembeli dapat membeli barang di bawah harga yang berlaku di pasar dan mendapatkan keuntungan yang berlipat di jual beli semacam ini. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu peneliti meninjau berdasarkan kaidah masalah, dimana peneliti meninjau kebaikan-kebaikan yang

⁴Pradytia Herlyansyah, “Implementasi Kebijakan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang” (*Skripsi Sarjana: Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu dan Ilmu Politik UNIVERSITAS Sultan Ageng Trisatya 2016*). h.10.

timbul dari transaksi jual beli ikan di pantai sedangkan penelitian ini yaitu berfokus kepada cara pemberdayaan usaha penjual ikan pada nelayan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah membahas tentang jual beli. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah penelitian ini yaitu praktik jual beli ikan tinjauan hukum islam sedangkan penelitian saya adalah berfokus kepada tinjauan ekonomi islam terhadap usaha *pa'balu Bau* (penjual ikan) pada nelayan.⁵

Dari ketiga penelitian di atas dapat di simpulkan bahwa penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang akan di teliti oleh calon peneliti yaitu dengan judul Tinjauan Ekonmi Syariah terhadap Strategi Usaha *Pabalu Bau* Pada Nelayan Di Desa Lero Kabupateng Pinrang.

B. Tinjauan Teori

Penyusunan dalam penulisan proposal ini, penulis menggunakan teori-teori pendukung dari berbagai sumber. Adapun tinjauan teori yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Teori Peningkatan Ekonomi
 - a. Pengertian Peningkatan

Peningkatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002: 1198) adalah menaikkan, mempertinggi, memperhebat. Peningkatan adalah suatu proses untuk merubah ke arah yang lebih baik. Menurut Milan Rianto (2002: 4), perubahan tingkah laku yang terjadi dalam suatu proses menunjukkan bahwa tingkah laku yang terjadi menjadi karakteristik

⁵Sarli Prakoter Giing, "Praktik Jual Beli Ikan di Pantai dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap)" (*Skripsi Sarjana: Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Iain Purwekerto* 2016). h.12.

peserta didik baik kognitif, afektif, maupun psikomotorik, diperoleh secara bertahap melalui praktik atau latihan, pengalaman yang diberi penguatan. Suatu pembelajaran tentu memiliki tujuan yaitu agar materi yang disampaikan bisa dimengerti, difahami dan dilaksanakan sehingga tujuan pembelajaran dapat tercapai. Upaya yang dilakukan dengan berbagai cara supaya siswa dapat melakukan kegiatan sehingga akan mengalami perubahan menjadi lebih baik. Menurut Adi D (2001), Istilah peningkatan berasal dari kata tingkat yang berarti berlapis-lapis dari sesuatu yang tersusun sedemikian rupa, sehingga membentuk suatu susunan yang ideal, sedangkan peningkatan adalah kemajuan dari seseorang dari tidak tahu menjadi tahu, dari tidak bisa menjadi bisa. Sedangkan menurut Hamzah B Uno (2008:13) Peningkatan adalah proses, cara, perbuatan untuk menaikkan sesuatu atau usaha kegiatan untuk memajukan sesuatu ke suatu arah yang lebih baik lagi daripada sebelumnya.

b. Peningkatan ekonomi

Peningkatan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan dalam suatu perekonomian. Kemajuan suatu perekonomian ditentukan oleh besarnya pertumbuhan yang ditunjukkan oleh perubahan output nasional. Adanya perubahan output dalam perekonomian merupakan analisis ekonomi jangka pendek. Secara umum teori tentang pertumbuhan ekonomi dapat di kelompokkan menjadi dua, yaitu teori pertumbuhan ekonomi klasik dan teori pertumbuhan ekonomi modern.

Pada teori peningkatan ekonomi klasik, analisis di dasarkan pada kepercayaan dan efektivitas mekanisme pasar bebas. Teori ini merupakan

teori yang dicetuskan oleh para ahli ekonom klasik antara lain Adam Smith, David Ricardo. Teori lain yang menjelaskan pertumbuhan ekonomi adalah teori ekonomi modern. Teori pertumbuhan Harrod-Domar merupakan salah satu teori pertumbuhan ekonomi modern, teori ini menekankan arti pentingnya pembentukan investasi bagi pertumbuhan ekonomi. Semakin tinggi investasi maka akan semakin baik perekonomian, investasi tidak hanya memiliki pengaruh terhadap permintaan agregat tetapi juga terhadap penawaran agregat melalui pengaruhnya terhadap kapasitas produksi. Dalam perspektif yang lebih panjang investasi akan menambah stok kapital

1) Pengertian Peningkatan Ekonomi

Peningkatan ekonomi merupakan upaya peningkatan kapasitas produksi untuk mencapai penambahan output, yang diukur menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB) maupun Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dalam suatu wilayah. Peningkatan ekonomi adalah proses kenaikan output perkapita dalam jangka panjang. Tekanannya pada tiga aspek, yaitu: proses, output perkapita dan jangka panjang.

Peningkatan ekonomi adalah suatu proses, bukan suatu gambaran ekonomi pada suatu saat. Disini kita melihat aspek dinamis dari suatu perekonomian, yaitu bagaimana suatu perekonomian berkembang atau berubah dari waktu ke waktu. Tekanannya ada pada perubahan atau perkembangan itu sendiri. Menurut Prof. Simon Kuznets⁴, pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan kapasitas jangka

panjang dari negara yang bersangkutan untuk menyediakan berbagai barang ekonomi kepada penduduknya. Kenaikan kapasitas tersebut dimungkinkan oleh adanya kemajuan atau penyesuaian penyesuaian teknologi, intitusional dan ideologi terhadap berbagai keadaan yang ada.

Perkembangan ekonomi mengandung arti yang lebih luas serta mencakup perubahan pada susunan ekonomi masyarakat secara menyeluruh. Pembangunan ekonomi pada umumnya didefinisikan sebagai suatu proses yang menyebabkan kenaikan pendapatan riil perkapita penduduk suatu negara dalam jangka panjang yang disertai oleh perbaikan sistem kelembagaan. Pembangunan ekonomi merupakan suatu proses yang berarti perubahan yang terjadi terus menerus, usaha untuk menaikkan pendapatan perkapita, kenaikan pendapatan perkapita harus terus berlangsung dalam jangka panjang dan yang terakhir perbaikan sistem kelembagaan disegala bidang (misalnya ekonomi, politik, hukum, sosial, dan budaya).

Sistem ini bisa ditinjau dari dua aspek yaitu: aspek perbaikan dibidang organisasi (institusi) dan perbaikan dibidang regulasi baik legal formal maupun informal. Dalam hal Ini, berarti pembangunan ekonomi merupakan suatu usaha tindakan aktif yang harus dilakukan oleh suatu negara dalam rangka meningkatkan pendapatan perkapita. Dengan demikian, sangat dibutuhkan peran serta masyarakat, pemerintah, dan semua elemen yang terdapat dalam suatu negara untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan. Dari berbagai teori

pertumbuhan yang ada yakni teori Harold Domar, Neoklasik, dari Solow, dan teori endogen oleh Romer, bahwasanya terdapat tiga faktor atau komponen utama dalam pertumbuhan ekonomi. Ketiganya adalah:

- a) Akumulasi modal, yang meliputi semua bentuk atau jenis investasi baru yang ditanamkan pada tanah, peralatan fisik, dan modal atau sumber daya manusia.
- b) Pertumbuhan penduduk, yang beberapa tahun selanjutnya akan memperbanyak jumlah angkatan kerja.
- c) Kemajuan teknologi Pembangunan daerah dilaksanakan untuk mencapai tiga tujuan penting, yaitu mencapai pertumbuhan (growth), pemerataan (equity), dan keberlanjutan (sustainability).
 - 1) Pertumbuhan (growth), tujuan yang pertama adalah pertumbuhan ditentukan sampai dimana kelangkaan sumber daya dapat terjadi atas sumber daya manusia, peralatan, dan sumber daya alam dapat dialokasikan secara maksimal dan dimanfaatkan untuk meningkatkan kegiatan produktif.
 - 2) Pemerataan (equity), dalam hal ini mempunyai implikasi dalam pencapaian pada tujuan yang ketiga, sumber daya dapat berkelanjutan maka tidak boleh terfokus hanya pada satu daerah saja sehingga manfaat yang diperoleh dari pertumbuhan dapat dinikmati semua pihak dengan adanya pemerataan.
 - 3) Berkelanjutan (sustainability), sedangkan tujuan berkelanjutan, pembangunan daerah harus memenuhi syarat-syarat bahwa penggunaan sumber daya baik yang ditransaksikan melalui sistem

pasar maupun diluar sistem pasar harus tidak melampaui kapasitas kemampuan produksi.

Pembangunan daerah dan pembangunan sektoral perlu selalu dilaksanakan dengan selaras, sehingga pembangunan sektoral yang berlangsung didaerah-daerah, benar-benar dengan potensi dan prioritas daerah. Untuk keseluruhan pembangunan, daerah juga benar-benar merupakan satu kesatuan politik, ekonomi, sosial, budaya dan pertahanan keamanan didalam mewujudkan tujuan nasional.

c. Indikator Pertumbuhan

Ekonomi wilayah Sebagaimana teori yang dikemukakan oleh Prof Rahardjo Adisasmita, dalam bukunya mengatakan bahwa ada beberapa indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk melihat pertumbuhan ekonomi suatu wilayah adalah sebagai berikut:

a. Ketidakseimbangan Pendapatan

Dalam keadaan yang ideal, di mana pendapatan dengan mutlak didistribusikan secara adil, 80 persen populasi terbawah akan menerima 80 persen dari total pendapatan, sedangkan 20 persen populasi teratas menerima 20 persen total pendapatan. Menurut Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), susunan pengelompokan penduduk dibagi tiga, yaitu 40 persen populasi terendah, 40 persen populasi sedang, dan 20 persen populasi teratas. Indikator ketidakseimbangan pendapatan dapat diterapkan untuk menilai keberhasilan pembangunan ekonomi di suatu wilayah.

b. Perubahan Struktur Perekonomian

Dalam masyarakat yang maju, pembangunan ekonomi yang dilaksanakan akan mengakibatkan perubahan struktur perekonomian, dimana terjadi kecendrungan bahwa kontribusi (peran) sektor pertanian terhadap nilai PDRB akan menurun, sedangkan kontribusi sektor industri akan meningkat. Sektor industri memiliki peranan sangat penting dalam pembangunan nasional dan regional, sektor industri dapat menyediakan lapangan kerja yang luas, memberikan peningkatan pendapatan kepada masyarakat, menghasilkan devisa yang dihasilkan dari ekspor. Oleh karena itu, perekonomian suatu wilayah harus di orientasikan selain sektor pertanian, tetapi harus pula diorientasikan kepada sektor industri.

c. Pertumbuhan Kesempatan Kerja

Masalah ketenagakerjaan dan kesempatan kerja merupakan salah satu masalah yang strategis dan sangat mendesak dalam pembangunan di Indonesia. Penduduk Indonesia yang berjumlah lebih dari 240 juta, tingkat pengangguran cukup tinggi dan cenderung bertambah luas akibat krisis finansial Negara-negara di dunia. Untuk mengatasi krisis ekonomi yang sangat luas tersebut, diperlukan peranan pemerintah. Salah satu langkah strategis yang ditempuh adalah pembangunan prasarana (misalnya jalan). Pembangunan jalan yang menjangkau ke seluruh kantong-kantong produksi, akan mendorong peningkatan produksi berbagai komoditas sektor pertanian dalam arti luas (meliputi tanaman pangan, perkebunan, perikanan, peternakan, dan kehutanan) serta barang-barang hasil industri. Pembangunan prasarana dan sarana transportasi akan menunjang

berkembangnya berbagai kegiatan di sektor-sektor lainnya (pertanian, perdagangan, industri, pariwisata dan lainnya).

d. Tingkat dan Penyebaran Kemudahan

Dalam hal ini “kemudahan” diartikan sebagai kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, baik pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari (seperti sandang, pangan, papan, memperoleh pelayanan pendidikan dan kesehatan, kesempatan melakukan ibadah, rekreasi dan sebagainya), maupun pemenuhan kebutuhan untuk dapat melakukan kegiatan usaha misalnya mendapatkan bahan baku, bahan penolong, suku cadang, listrik, air bersih, dan jasa-jasa seperti jasa angkutan, pemasaran, perbankan dan lainnya)

e. Produk Domestik

Regional Bruto Salah satu konsep yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi regional (wilayah) adalah konsep Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). PDRB merupakan ukuran prestasi (keberhasilan) ekonomi dari seluruh kegiatan ekonomi. Salah satu indikator untuk melihat pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah adalah dengan menggunakan data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Menurut definisi, PDRB adalah jumlah seluruh nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi di suatu wilayah (regional) tertentu dalam waktu tertentu tanpa melihat faktor kepemilikan. Pertumbuhan ekonomi suatu wilayah diperoleh dari kenaikan PDRB atas dasar harga konstan yang mencerminkan kenaikan produksi barang dan jasa dari tahun ke tahun.

d. Ekonomi Menurut Pandangan Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Perekonomian adalah kebutuhan setiap manusia di dalam memenuhi dan mengakselerasi tatanan kehidupan sehari-hari. Disadari atau tidak setiap interaksi terdapat perekonomian dari segi produksi, konsumsi, distribusi terutama dalam hal pertanian, perdagangan, perindustrian dan banyak lagi yang lainnya. Oleh karena itu manusia tidak dapat dipisahkan dengan ekonomi karena ekonomi adalah roda kehidupan yang selalu berputar yang mengantarkan manusia kearah perubahan untuk menjadi lebih sejahtera.

Dalam ajaran islam aktifitas ekonomi tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai dasar yang telah ditetapkan dalam Al-quran, hadits Nabi dan sumber-sumber ajaran islam lainnya, sebagaimana ekonomi konvensional ekonomi islam juga membicarakan tentang aktifitas manusia dalam mendapatkan dan mengatur harta material ataupun non material dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup sebagai manusia baik secara individual maupun kolektif yang menyangkut perolehan, pendistribusian ataupun penggunaan untuk memenuhi kebutuhan hidup, hanya saja dalam ekonomi islam segala aktifitas ekonomi tersebut harus didasarkan pada norma dan tata aturan ajaran islam yang terdapat dalam alquran, dan hadist serta sumber ajaran islam lainnya.⁶

Al-Quran merupakan petunjuk yang tidak diragukan lagi kebenarannya bagi umat islam dalam mengatur kehidupan di dunia termasuk dalam bidang ekonomi, firman Allah dalam QS al –Baqarah ayat 2:

⁶Idri, *Hadist Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadist Nabi)*. (Cet Jakarta:Kencana, 2015) h.6

ذَلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ

Artinya : “Kitab (Al-Quran) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertaqwa.” Adapun yang menjadi permasalahan bagi perekonomian islam ialah banyaknya praktek perekonomian pada sebagian masyarakat yang jauh bahkan tidak sesuai nilai-nilai keislaman dan seiring dengan perkembangan zaman dan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi memicu munculnya permasalahan baru yang kompleks dari berbagai aspek, terutama dari segi perekonomian yang belum ada pada zaman terdahulu. Misalnya tentang jual beli (perdagangan) online yang tidak dilakukan lagi secara suka sama suka tetapi dilakukan secara batil, mengintimidasi, dan melakukan pemaksaan, Allah berfirman dalam QS an-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

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

Ayat tersebut menegaskan tentang ketentuan dalam berdagang atau jual beli yang harus dilakukan secara suka sama suka, tidak boleh dengan cara yang batil termasuk mengintimidasi, eksploitasi dan pemaksaan. Oleh karena itu diperlukan tuntunan dan pegangan dalam menjalankan system perekonomian yang sesuai dengan syariat islam, dengan mempelajari, memahami, meyakini dan mengamalkan prinsip-prinsip ekonomi islam sesuai dengan alquran dan hadist.

Ini makna ekonomi islam yakni ekonomi yang dilandasi dengan nilai-nilai Alquran dan hadist. Istilah ekonomi islam berasal dari yunani kuno (*greek*) yaitu *oicos* dan *nomos* yang berarti rumah dan aturan (mengatur urusan rumah tangga). Menurut istilah konvensional ekonomi berarti aturan-aturan untuk menyelenggarakan kebutuhan hidup manusia dalam rumah tangga baik dalam rumah tangga rakyat maupun rumah tangga negara.⁷ Penerapan ekonomi islam dalam ekonomi islam dalam aktifitas ekonomi sehari-hari telah di mulai di Indonesia pada decade 1970-an namun tonggak utama perkembangan ekonomi islam adalah dengan berdirinya salah satu bank syariah pada 1992.⁸

Berikut pengertian ekonomi islam yang yang dikemukakan oleh beberapa para ahli ekonomi islam yaitu:

1. M. Akram Kan. Menurut M. Akram Kan ilmu ekonomi islam bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya alam atas dasar bekerja sama dan partisipasi.
2. Muhammad Abdul Manan. Menurut Muhammad Abdul Manan ilmu ekonomi islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang di ilhami oleh nilai-nilai islam.
3. M. Umer Chapra : Menurut M. Umer Chapra ekonomi islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada

⁷Abd. Allah Zaki al-Kaf, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam Dalam Bukunya Idri, Hadist Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Ekonomi Islam Hadist Nabi)*, (Cet 1, Jakarta: Kencana, 2015) h.1

⁸M. Nur Rianto al-Arif, EuisAmalia. *Teori Mikro Ekonomi, suatu perbandingan ekonomi islam dan Ekonomi Konvensional*, (Cet, 11. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014) h.5

dalam koridor yang mengacu pada pengajaran islam tanpa tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidak seimbangan lingkungan.

4. Muhammad Nejatullah Ash-Sidiqy. Menurut Ash-Sidiqih ilmu ekonomi islam adalah respon pemikir muslim terhadap tantangan ekonomi pada masa tertentu. Dalam usaha keras ini mereka dibantu oleh Alquran dan Sunnah, akal ijtihad dan pengalaman.
5. Kursyid Ahmad. Menurut Ahmad, ilmu ekonomi islam adalah sebuah usaha sistematis untuk memahami masalah-masalah ekonomi dan tingkah laku manusia secara rasional dalam perspektif islam.⁹

Jadi dapat disimpulkan bahwa Ekonomi Islam adalah ilmu yang mengatur tentang kesejahteraan manusia dan diperlukan tuntunan dan pegangan dalam menjalankan sistem perekonomian yang sesuai dengan syariat islam, dengan mempelajari, memahami, meyakini dan mengamalkan perekonomian sesuai dengan Alquran dan hadist.

Adapun tujuan utama sistem ekonomi islam, yaitu:

1. Pencapaian falah, tujuan pertama dan paling utama islam adalah falah atau kebahagiaan umat islam di dunia ini maupun di akhirat.
2. Distribusi yang adil dan merata, tujuan yang paling penting kedua dalam ekonomi islam adalah membuat distribusi sumber-sumber ekonomi. Kekayaan dan sumber pendapatan dapat berlangsung secara adil dan merata.

⁹Nurul Huda Et'al, *Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis*, (Cet IV, Jakarta: Kencana, 2014). h.1-2

3. Tersedianya kebutuhan dasar, hal ini juga merupakan tujuan penting system ekonomi islam ialah tersedianya kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian dan tempat tinggal bagi seluruh warga negara islam.
4. Tegaknya keadilan sosial salah satu tujuan utama ekonomi islam adalah menegakkan keadilan sosial ekonomi dia antara seluruh anggota masyarakat.
5. Mengutamakan persatuan dan persaudaraan tujuan lain system ekonomi islam adalah menegakkan persaudaraan dan persatuan di antara kaum muslimin.
6. Pengembangan moral dan material, sistem ekonomi islam di arahkan kepada pengembangan materil maupun moral masyarakat muslimin.
7. Sirkulasi harta, tujuan penting lainnya dari sistem ekonomi islam adalah mencegah penimbunan dan menjamin sirkulasi harta secara terus menerus.
8. Terhapusnya eksploitasi, tujuan yang terakhir dalam sistem ekonomi islam adalah menghapus eksploitasi seseorang terhadap orang lain.¹⁰

Tujuan ekonomi islam tersebut akan lebih mudah tercapai apabila umat islam dalam pengalamannya berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi islam telah disebutkan sebelumnya yang sesuai dengan tuntunan Alquran dan Sunnah. Inilah maksud dari ekonomi islam dan tujuan dalam ekonomi islam, pada pembahasan buku kali ini akan dikaji persoalan sejarah pemikiran islam sejak lahir dan dicontohkannya ekonomi islam oleh nabi Muhammad Saw hingga para tokoh pemikiran ekonomi islam klasik yang mengkaji Alquran dan hadist

¹⁰A. Rio Makkulau Wahyu, *Pemikiran Ekonomi Islam* (Lembaga Pendidikan dan Balai Insan Cendekia, 2020) . h 6-7

dalam mengaitkan dalam mengambil penetapan hukum persoalan ekonomi. Berikut akan diuraikan mengenai pemikiran-pemikiran ekonomi islam.

Perkembangan ekonomi islam menjadi sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan ekonomi islam yang telah ada sejak tahun 600 M kurang begitu dikenal masyarakat. Ekonomi islam kurang mendapat perhatian yang baik, sebab masyarakat tidak mendapatkan informasi yang memadai. Pemikiran ekonomi islam diawali sejak Muhammad Saw, selanjutnya, kebijakan-kebijakan tersebut menjadikan pedoman oleh para khalifah sebagai penggantinya dalam memutuskan masalah-masalah ekonomi. Alquran dan hadist digunakan sebagai dasar teori ekonomi oleh para pengikutnya dalam menata kehidupan ekonomi negara.

Ekonomi islam menerapkan konsep kepemilikan tunggal yang bersumber dari Allah, harta ataupun benda yang dimiliki oleh manusia adalah berupa titipn yang diberikan kepada kita agar harta tersebut digunakan sesuai dengan petunjuk dan ketentuan yang telah disyariatkan Allah. Dalam islam juga mengajarkan agar dalam melakukan kegiatan ekonomi seseorang harus menjunjung tinggi nilai keadilan, kesederhanaan, penghematan, dan kebaikan melalui konsep bagi kekayaan (zakat, infaq dan sedekah) dengan tujuan mewujudkan kemaslahatan dimuka bumi dan meraih ridha Allah Swt, sehingga kegiatan ekonomi di dalam islam diyakini sebagai bagian dari manifestasi ibadah kepada Allah.

Perkembangan ekonomi islam adalah wujud upaya dalam menerjemahkan islam sebagai rahmatan *lil'amin*, melalui proses yang panjang dan akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Kemunculan ekonomi

islam di era kekinian telah membuahkan hasil dengan banyak diwacanakan kembali ekonomi islam di ranah bisnis modern. Hal ini tentunya merupakan sumbangsi pemikiran para ulama-ulama terdahulu yang mencurahkan segenap tenaga dan pikirannya untuk mengembangkan ekonomi yang bersifat rahmat yang ditemukan dan dikaji melalui pemikiran-pemikiran ulama terdahulu yang tertuang dalam buku-buku sejarah pemikiran islam.

Ilmu ekonomi islam sebagai sebuah studi ilmu pengetahuan modern baru muncul pada tahun 1970, tetapi pemikiran tentang ekonomi islam telah muncul sejak islam itu diturunkan melalui Nabi Muhammad, karena rujukan utama pemikiran ekonomi islam adalah Alquran dan hadist maka pemikiran ekonomi ini munculnya juga bersamaan dengan diturunkannya Alquran pada masa Rasulullah pada abad akhir-6 M hingga awal abad 7 M.¹¹

Setelah masa tersebut, banyak sarjana muslim memberikan kontribusi karya pemikiran ekonomi. Karya-karya mereka sangat berbobot, yaitu memiliki dasar argumentasi relijius dan sekaligus intelektual yang kuat serta kebanyakan didukung oleh fakta empiris pada waktu itu banyak diantaranya juga sangat futuristic dimana pemikir-pemikir barat baru mengkajinya ratusan abad kemudian. Pemikir ekonomi dikalangan pemikir muslim banyak mengisi khasanah pemikiran ekonomi dunia pada masa dimana barat masih dalam kegelapan (*dark age*). Pada masa tersebut dunia islam justru mengalami puncak kejayaan dalam berbagai bidang.

Pemikiran ekonomi sebagai ilmu yang inheren dengan ilmu fiqih bukanlah hal yang baru. Menurut Nejatullah Siddiqi, secara kronologis sejarah

¹¹P3EI, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 97.

pemikiran ekonomi islam bisa dikelompokkan kepada tiga periode, yaitu *periode pertama* yang ditandai dengan munculnya pemikir ekonomi islam sampai tahun 450 H seperti Abu Yusuf, Al-Syaibani, Abu Ubaid, Yahya ibn Umar, al-Mawardi dan Ibn Hazm, 400 tahun berikutnya adalah *periode kedua* dan intelektual yang lahir pada periode ini antara lain Al-Ghazali, Ibnu Taymiyah, Ibnu Khaldun dan lainnya, 500 tahun berikutnya adalah *periode ketiga* dengan cendikiawan semisal Syah Waliyullah, Muhammad Ibnu Abdul Wahab, Muhammad Abduh, Muhammad Iqbal dan lain sebagainya. Masa berikutnya adalah masa dimana lahir banyak tokoh pemikir kontemporer yang pada akhirnya membentuk mazhab pemikiran dalam ekonomi islam.¹²

e. Teori Aspek Pasar dan Pemasaran

a. Pemasaran

Di masa lalu sebelum ilmu pemasaran berkembang dan dikenal secara luas seperti sekarang ini, setiap perusahaan berusaha untuk terlebih dahulu untuk memproduksi sebanyak-banyaknya, baru kemudian berusaha untuk menjualkannya kembali. Dalam kondisi semacam ini mereka tidak peduli dengan kondisi permintaan yang ada, sehingga banyak di antara produsen mengalami kegagalan dan bahkan terus merugi, akibat jumlah produksi tidak sesuai dengan jumlah permintaan.

Di masa sekarang, di mana tingkat persaingan yang demikian ketat, pola seperti di atas sudah lama ditinggalkan. Banyak produsen sebelum barangnya di produksi tidak sesuai dengan berbagai cara, misalnya dengan tes pasar melalui pemasangan iklan, seolah-olah barangnya sudah ada. Tujuannya tak lain adalah untuk

¹²Nejatullah Siddiqi, *The History Of Islamic Thought*, Dalam Ausaf Ahmad dan Kazim Reza Awan, *Lecture On Islamic Economics*, (Jeddah: IRTI IDB. 1992), H. 71.

melihat kondisi permintaan yang ada sekarang ini terhadap produk yang akan di produksi, apakah mendapat tanggapan atau tidak dari calon konsumennya, baik kualitas maupun harga. Dari hasil tes pasar ini perusahaan sudah dapat meramalkan berapa besar pasar yang dapat diserap bagaimana cara menyerap pasar yang ada, termasuk yang ada di tangan para pesaing sekarang ini.¹³

Begitu pentingnya peranan pemasaran dalam menentukan kelanjutan usaha suatu perusahaan, sehingga banyak diantara perusahaan dalam manajemennya menempatkan posisi pemasaran paling depan. Seorang pemasar harus selalu tahu lebih dahulu pasar yang akan dimasukinya, seperti:

1. Ada tidak pasarnya,
2. Seberapa besarnya pasar yang ada,
3. Potensi pasar,
4. Tingkat persaingan yang ada, termasuk besarnya market share yang akan direbut, dan *market share pesaing*.¹⁴

Setelah para pemasar memperoleh data kondisi pasar yang akan di masuki, maka pemasar akan melakukan peramalan berapa permintaan yang ada sekarang dan dimasa yang akan datang serta berapa besar pasar yang harus direbut. Apabila sudah diketahui peluang pasar dan besarnya permintaan barulah akan diproduksi sesuai dengan permintaan yang telah diramalkan. Peluang pasar dan besarnya pasar yang ada sekarang dapat diukur dari total pasar, pasar nyata dan pasar potensial.

Untuk menentukan besarnya produksi dikaitkan dengan permintaan yang akan datang dan untuk mengetahui besarnya permintaan dilakukan dengan peramalan pasar.

¹³Kasmir & Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*” Penerbit Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (Kdt) (Jakarta: Kencana, 2007) h.40-58

¹⁴ Fadli Rasam, Peran Pemasaran Dalam Kegiatan Usaha Pada Masyarakat. (*Journal of Applied Business and Economics* Vol. 5 No. 2 Des 2018) 85-87

Alat untuk meramal besarnya pasar dilakukan dengan berbagai metode peramalan, mulai dari sederhana sampai kepada yang paling kompleks. Penggunaan alat ramalan tergantung dengan jenis data informasi yang ada serta tujuan penggunaannya. Metode peramalan yang dapat digunakan antara lain *time series*, *casual method*, dan metode-metode lainnya.

Kemudian hasil produksi yang telah dibuat sesuai dengan kondisi permintaan harus pula ditunjang oleh strategi untuk mencapai target penjualan yang telah ditentukan. Strategi ini dikenal dengan nama strategi pemasaran, tanpa disertai strategi pemasaran yang tepat bukan tidak mungkin target penjualan tidak akan tercapai. Untuk menentukan strategi pemasaran perlu terlebih dahulu dilihat peluang pasar dan analisis pesaing untuk menentukan kedudukan produk kita. Baru kemudian menentukan strategi pemasaran yang akan dilakukan misalnya dengan *marketing mix strategy*.¹⁵

Dalam kaitan studi kelayakan suatu usaha atau proyek, aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu aspek yang paling penting, hal ini disebabkan aspek pasar dan pemasaran sangat menentukan hidup matinya suatu perusahaan. Apabila aspek pasar dan aspek diteliti secara benar, bagaimana prospeknya di masa yang akan datang, bukan mustahil tujuan perusahaan tidak akan pernah tercapai. Bahkan bukan tidak mungkin kehidupan perusahaan akan terancam.

Oleh karena itu didalam aspek pasar dan pemasaran, baik itu perusahaan yang sudah berjalan maupun bagi perusahaan yang baru akan berdiri perlu dilakukan suatu studi tentang kelayakan terlebih dahulu. Intinya aspek pasar dan pemasaran adalah untuk mengetahui berapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur pasar dan peluang

¹⁵H. Muhammad Yusuf Saleh Dan Miah Said. “*Konsep Dan Strategi Pemasaran*” Cet. 1- (Makassar. CV Sah Media. 2019) h. 1-3

pasar yang ada, prospek pasar dimasa yang akan datang serta bagaimana strategi pemasaran yang harus dilakukan.¹⁶

Dewasa ini kegiatan pemasaran tidak hanya monopoli perusahaan yang berorientasi profit saja, bahkan badan usaha sosial sudah mulai menggunakan pemasaran dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

a. Tujuan Perusahaan dalam Pemasaran

Tujuan perusahaan memproduksi atau memasarkan suatu produk, baik perusahaan dagang ataupun jasa selalu berpatokan kepada apa yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut. Tujuan perusahaan dalam memasarkan produknya ini dapat bersifat jangka pendek atau jangka panjang.

Penentuan sasaran perusahaan dalam memasarkan produknya sangat penting diketahui, sehingga dapat disusun target yang akan dicapai melalui berbagai strategi pemasaran yang akan diterapkan nantinya. Jika tujuan perusahaan sudah kita ketahui, maka dapatlah kita susun strategi pemasaran yang akan kita jalankan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi inipun dapat bersifat jangka pendek, menengah maupun untuk jangka panjang sesuai dengan rencana yang telah disusun.

Secara khusus dalam aspek dan pemasaran bahwa tujuan perusahaan untuk memproduksi atau memasarkan produknya dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Untuk meningkat penjualan dan laba

Artinya, tujuan perusahaan dalam hal ini bagaimana caranya memperbesar omzet penjualan dari waktu ke waktu. Dengan meningkatnya

¹⁶Kasmir & Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*” Penerbit Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (Kdt) (Jakarta: Kencana, 2007) h.40-58

omzet penjualan, maka diharapkan keuntungan atau laba juga dapat meningkatkan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

2. Untuk menguasai pasar

Untuk perusahaan jenis ini jelas tujuannya bagaimana caranya menguasai pasar yang ada dengan cara memperbesar *market share*-nya untuk wilayah-wilayah tertentu, peningkatan *market share* dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik dengan cara mencari atau menciptakan peluang baru atau merebut *market share* pesaing yang ada.

3. Untuk mengurangi saingan

Tujuan perusahaan model ini adalah dengan cara menciptakan produk sejenis dengan mutu yang sama tetapi harga yang lebih rendah dari produk utama. Tujuannya adalah untuk mengurangi saingan dan antisipasi terhadap kemungkinan pesaing baru yang akan masuk ke dalam industri tersebut.

4. Untuk menaikkan prestise produk tertentu dipasaran

Dalam hal produk tertentu, terutama untuk produk kelas tinggi. Tujuan perusahaan memasarkan adalah untuk meningkatkan prestise produk didepan pelanggannya dengan cara promosi atau cara lainnya. Cara lainnya juga dilakukan dengan meningkatkan mutu, selera yang sesuai dengan keinginan konsumen.

5. Untuk memenuhi pihak-pihak tertentu

Tujuan ini biasanya lebih diarahkan untuk memenuhi pihak-pihak tertentu dengan jumlah yang biasanya terbatas, misalnya permintaan pemerintah, atau lembaga tertentu.

Sedangkan tujuan kegiatan pemasaran suatu produk atau jasa secara umum adalah sebagai berikut:

- a. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi.
- b. Memaksimalkan kepuasan konsumen
- c. Memaksimalkan pilihan (ragam produk)
- d. Memaksimalkan mutu hidup (kualitas, kuantitas, ketersediaan, harga pokok barang, mutu lingkungan fisik, dan mutu lingkungan kultur).
- e. Meningkatkan penjualan barang dan jasa
- f. Ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing
- g. Memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa
- h. Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk dan jasa.¹⁷
- i. Pengertian Pasar dan Pemasaran

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Pasar dan memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi dan saling memengaruhi satu sama lainnya. Dengan kata lain, setiap ada kegiatan pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran adalah untuk mencari atau menciptakan pasar.

¹⁷Willy Pratama Widharta dan Sugiono Sugiharto, S.E., M.M *Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2, No. 1, (2013) 3-5

Pengertian pasar secara sederhana bisa diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.

Pendapat ini tak salah karena pengertian pasar memang demikian adanya. Namun dalam praktiknya pengertian pasar lebih luas lagi. Artinya pembeli dan penjual tidak harus bertemu di suatu tempat untuk melakukan transaksi, tetapi cukup melalui sarana elektronik seperti telepon, faksimili lokasi atau tempat tertentu, sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi. Namun, dalam pengertian ini pasar dapat terjadi sembarang tempat melalui berbagai sarana dan prasarana yang ada.

Pengertian lain yang lebih luas tentang pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Dari pengertian ini mengandung arti bahwa pasar merupakan kumpulan atau himpunan dari para pembeli, baik pembeli nyata maupun pembeli potensial atas suatu produk atau jasa tertentu.

Pasar nyata maksudnya adalah himpunan konsumen yang memiliki minat, pendapatan, dan akses pada suatu produk atau jasa tertentu. Dalam pasar nyata biasanya konsumen pasti melakukan transaksi, hal ini disebabkan konsumen didukung dengan minat atau keinginan untuk membeli serta memiliki pendapatan atau akses. Jika masih merupakan keinginan dan suatu saat apabila telah memiliki pendapatan dan ada akses mereka akan membeli, kelompok ini merupakan pasar potensial.

Perbedaan antara kedua pasar ini sangat jelas. Jika dalam pasar nyata pembeli memiliki minat atau keinginan untuk membeli dengan didukung oleh akses dan pendapatan, sedangkan dalam pasar potensial pembeli hanya memiliki minat, namun memiliki peluang untuk membeli dimasa yang akan datang, apabila memiliki pendapatan dan akses.

Pasar juga dapat diartikan pula sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Yang dimaksud dengan permintaan adalah jumlah barang dan jasa yang diminta konsumen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu.

Secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang atau jasa adalah:

1. Harga barang itu sendiri.
2. Harga barang lain yang memiliki hubungan (barang pengganti atau barang pelengkap).
3. Pendapatan.
4. Selera.
5. Jumlah penduduk.
6. Faktor khusus (akses)

Selanjutnya pengertian penawaran adalah jumlah barang atau jasa yang ditawarkan produsen pada berbagai tingkat harga pada suatu waktu tertentu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran suatu barang atau jasa adalah:

1. Harga barang itu sendiri.

2. Harga barang lain yang memiliki hubungan (barang pengganti atau barang pelengkap).
3. Teknologi.
4. Harga input (ongkos produksi).
5. Tujuan perusahaan.
6. Faktor khusus (akses)¹⁸

Jumlah permintaan dan penawaran serta jenis barang yang ada di pasar saat ini dapat dijadikan dasar untuk mengetahui struktur pasar atas produk atau jasa tersebut. Jadi, kalau kita menanamkan investasi untuk menghasilkan suatu produk atau jasa, maka pengenalan struktur pasar yang ada mutlak diperlukan sebelum produk/jasa tersebut diluncurkan, agar strategi dan kebijakan tentang pemasaran yang diambil benar-benar tepat sasaran.

Dalam praktiknya terdapat berbagai struktur pasar yang ada. Salah satu cara untuk mengenal struktur pasar adalah dengan melihat jumlah perusahaan yang ada di dalam industri yang menawarkan suatu barang dan jasa.¹⁹

Pemasaran dapat pula diartikan sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu. Pemasaran berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen dipasar. Penciptaan produk tentu saja didasarkan kepada kebutuhan dan keinginan pasar. Akan sangat berbahaya jika penciptaan produk tidak didasarkan

¹⁸Ir. Agustina Shinta, M.P. “*Manajemen Pemasaran*” Universitas Brawijaya Press (Ub Press). 2011, h. 9.

¹⁹Fadli Rasam, Peran Pemasaran Dalam Kegiatan Usaha Pada Masyarakat. *Journal of Applied Business and Economics* Vol. 5 No. 2 (Des 2018) 85-87

kepada keinginan dan kebutuhan konsumen. Konsumen yang menginginkan dan membutuhkan produk adalah individu (perorangan) atau kelompok tertentu (industri).

Oleh karena itu, dalam praktiknya kelompok pasar terdiri dari:

- a. Pasar konsumen, adalah pasar di mana individu dan rumah tangga bisa membeli/memperoleh barang jasa untuk dikonsumsi sendiri.
 - b. Pasar industrial, adalah dimana pihak-pihak yang membeli barang dan jasa digunakan kembali untuk menghasilkan barang dan jasa lain atau disewakan kepada pihak lain untuk mengambil untung.
 - c. Pasar reseller, adalah suatu pasar yang terdiri dari individu dan organisasi yang melakukan penjualan kembali barang dan jasa untuk ,mendapatkan keuntungan.
 - d. Pasar pemerintah, adalah yang terdiri dari unit-unit pemerintah yang membeli atau menyewa barang dan jasa untuk melaksanakan fungsi utama pemerintah.²⁰
1. Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran, dan Posisi Pasar

Agar investasi atau bisnis yang akan dijalankan dapat berhasil dengan baik, maka sebelumnya perlu melakukan strategi bersaing yang tepat. Unsur strategi persaingan tersebut adalah menentukan segmentasi pasar (*segmentation*), menentukan pasar sasaran (*targeting*), dan menentukan posipasar (*positioning*), atau sering disebut dengan STP.

- a. Segmentasi Pasar (*Market Segmentation*)

Segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda mungkin memerlukan produk atau marketing mix yang

²⁰Wardani & Aris Triyono “*Manajemen Pemasaran*” Cv Budi Utama 2012, h. 7-8

berbeda pula. Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya. Oleh karena setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri.

Untuk melakukan segmentasi pasar terdiri dari beberapa variabel yang harus diperhatikan. Tujuannya adalah agar segmentasi yang telah dilakukan tepat sasaran. Salah dalam menentukan variabel segmen akan berdampak gagalnya sasaran yang ingin dicapai.

b. Pasar Sasaran (*Market Targeting*)

Setelah segmentasi pasar selesai dilakukan, maka terdapat beberapa segmen yang layak untuk digarap karena dianggap paling potensial. Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan.

c. Posisi Pasar (*Marketing Positioning*)

Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki, maka harus pula menentukan posisi mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut.

Posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas dasar atribut-atributnya. Tujuan penetapan posisi pasar (*market*

positioning) adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan ke dalam benak konsumen.²¹

2. Strategi Bauran Pemasaran

Setelah strategi bersaing dan unsur segmentasi, target dan posisi pasar (STP) ditetapkan, maka selanjutnya perlu diselaraskan dengan kegiatan pemasaran lainnya seperti strategi bauran pemasaran (*marketing mix strategy*). Adapun strategi bauran pemasaran terdapat 4P strategi yaitu produk, price (harga), place (tempat/ lokasi), dan promotion (promosi):

a. Strategi Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk dapat berupa barang (benda berwujud) seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain. Dan jasa (tidak berwujud) seperti jasa, dokter, jasa perbankan, jasa perhotelan, dan jasa lainnya.

b. Strategi Harga

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab dari luku tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.

²¹Ni Ketut Yullia Agustini Segmentasi Pasar, Segmentasi Pasar, Penentuan Target, dan Penentuan Posisi (Ni Ketut Yulia A), h. 91-93

c. Strategi Lokasi dan Distribusi

Kegiatan pemasaran yang ketiga adalah penentuan lokasi dan distribusi baik untuk kantor cabang, kantor pusat, pabrik atau gudang. Penentuan lokasi distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh konsumennya.

d. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pengtinnya dengan ketiga kegiatan di atas, baik produk, harga, dan lokasi/distribusi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Paling tidak empat macam sarana promosi dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya.²²

²²r. Agustina Shinta. M.P. “*Manajemen Pemasaran*” (Universitas Brawijaya Press (Ub Press). 2011), h. 9

C. Kerangka Konseptual

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memberikan pengertian, maka penulis memberikan penjelasan dari beberapa kata yang dianggap perlu agar mudah untuk dipahami , yaitu sebagai berikut:

1. Pa'balu bau

Penjual ikan (Pa'balu Bau) adalah seseorang yang menjual ikan mentah dan makanan laut. Penjual ikan dapat menjadi pedagang grosir atau pengecer dan dilatih dalam memilih dan membeli, menangani, memotong, boning, filleting, menampilkan, memperdagangkan dan menjual produk mereka.

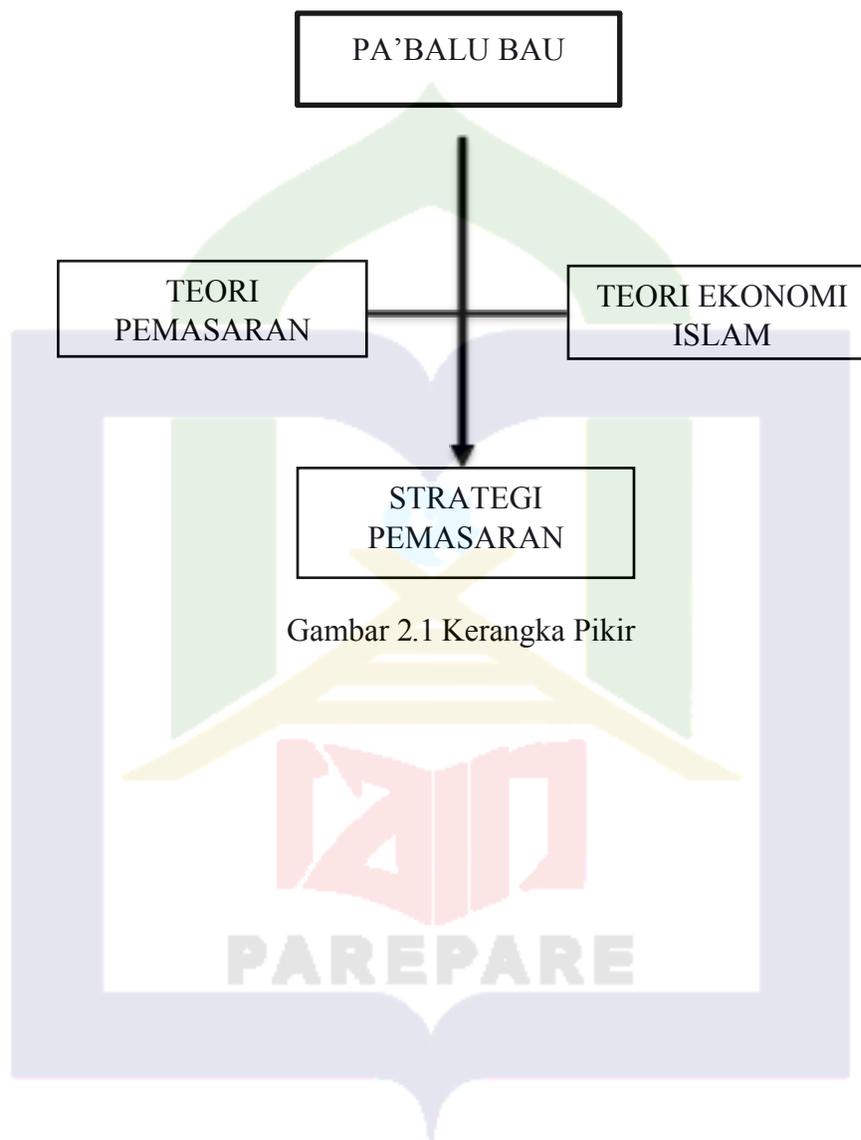
2. Nelayan

Menurut Sastrawidjaya Nelayan adalah orang yang hidup dari mata pencaharian hasil laut. Di Indonesia para nelayan biasanya bermukim di daerah pinggir pantai atau pesisir laut. Komunitas nelayan adalah kelompok orang yang bermata pencaharian hasil laut dan tinggal di desa-desa atau pesisir.

- a. Dari segi mata pencaharian, nelayan adalah mereka yang segala aktivitasnya berkaitan dengan lingkungan laut dan pesisir, atau mereka yang menjadikan perikanan sebagai mata pencaharian mereka.
- b. Dari segi cara hidup, komunitas nelayan adalah komunitas gotong royong.
- c. Dari segi keterampilan, meskipun pekerjaan nelayan pekerjaan berat namun pada umumnya mereka hanya memiliki keterampilan sederhana.²³

²³M.Yusuf Syam, "Analisis Karakteristik nelayan Buruh dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Di Kabupaten Pesisir Selatan" Buruh Nelayan, 2017.

D. Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dapat dipahami sebagai semua teknik yang digunakan untuk konstruksi dari penelitian. Metode penelitian adalah cara yang dilakukan seorang peneliti secara sistematis untuk menyelesaikan masalah penelitian. Dengan kata lain ilmu yang mempelajari bagaimana penelitian dilakukan secara ilmiah.²⁴

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang menerapkan studi lapangan dan pustaka. Studi lapangan merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif dimana peneliti mengamati dan berpartisipasi secara langsung di lokasi tempat data berada.²⁵ Penelitian lapangan digunakan oleh peneliti untuk menghimpun informasi secara langsung terkait pemberian kredit berupa barang kepada masyarakat di Desa Lero Kabupaten Pinrang. Sedangkan studi kepustakaan adalah studi yang dilakukan dengan menggunakan dokumen. Dokumen yang digunakan oleh peneliti berupa buku, skripsi, jurnal, dan sebagainya yang dibutuhkan peneliti. Penelitian ini utamanya dilakukan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan yang terjadi lokasi penelitian.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Ujung Labuang..

2. Waktu Penelitian

²⁴Julio warmansyah, *Metode Penelitian dan Pengelolahan Data*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), h. 11-12.

²⁵Sugiarti, Eggi Fajar Andalas dan Arif Setiawan, *Desain Penelitian Kualitatif Sastra*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), h. 40

Kegiatan penelitian ini akan dilakukan dalam kurun waktu 2 bulan dan disesuaikan dengan kebutuhan peneliti

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana model evaluasi pemberdayaan usaha *Pa'balu Bau* di Desa Lero.

D. Jenis dan Sumber Data yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dengan observasi lapangan yang menggunakan metode pengumpulan data original.²⁶ Data primer diperoleh langsung dari jawaban yang diberikan oleh pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan usaha pa'balu bau di Desa Lero.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang di oleh peneliti yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, jurnal dan sebagainya yang diperoleh secara tidak langsung serta melalui media perantara dalam hal ini media sosial/internet.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara, Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada peneliti. Wawancara

²⁶P. Joko Subagyo, *Metode penelitian dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004),

ini berupa pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya yang akan diajukan kepada Informan untuk dimintai keterangannya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian tersebut untuk mendapatkan data-data yang diperlukan.

2. Pengamatan (Observasi), teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis sehingga meniadakan keraguan peneliti pada datayang dikumpulkan karena diamati berdasarkan konsisi di lapangan.
3. Kepustakaan, teknik kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, menelaah dan mencatat berbagai literatur atau bahan bacaan yang sesuai dengan pokok bahasan, kemudian disaring dan dituangkan dalam kerangka pemikiran secara teoritis. Dalam hal ini penulis akan mempelajari dan mencermati serta mengutip beberapa teori atau pendapat yang sesuai dan berkaitan dengan judul dan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini.

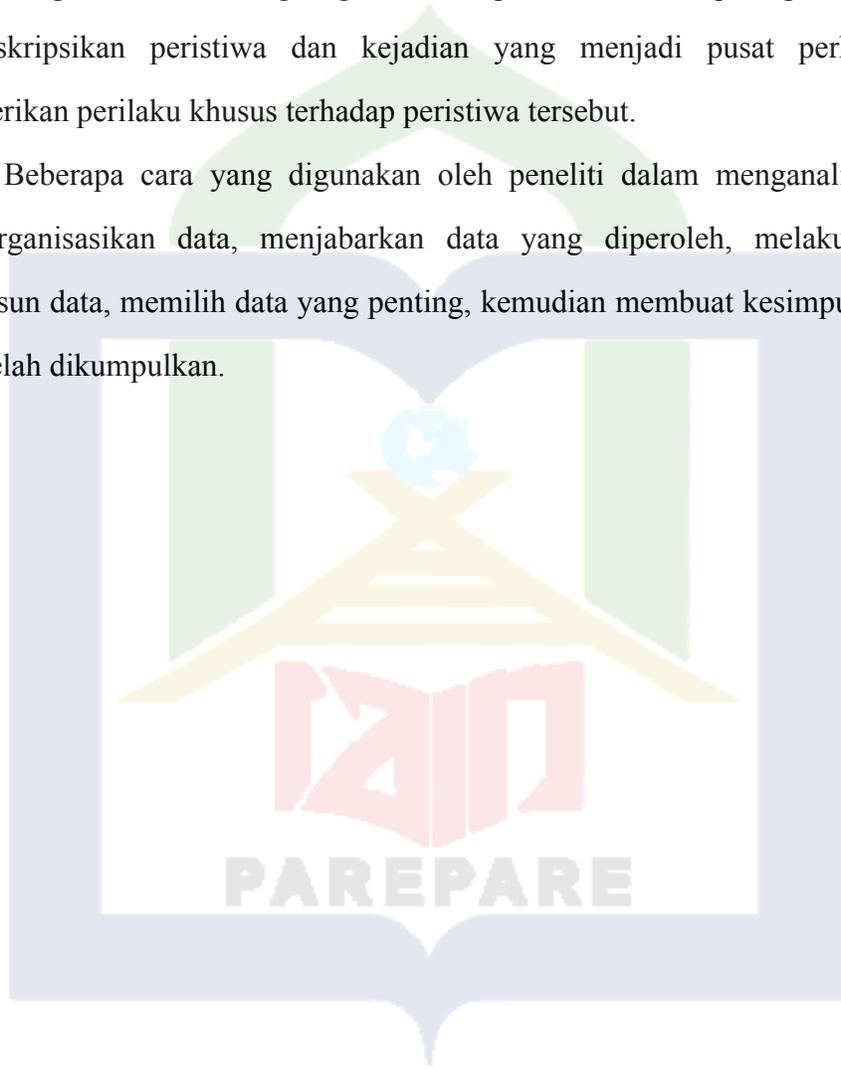
F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan/observasi dan dokumentasi. Analisis data merupakan kaidah penelitian yang wajib dilakukan oleh semua peneliti, karena sebuah penelitian tanpa analisis hanya akan melahirkan sebuah data mentah yang tidak mempunyai arti. Dengan analisis, data bisa diolah dan bisa disimpulkan dan pada akhirnya kesimpulan itulah yang menjadi cikal-bakal ilmu pengetahuan baru yang merupakan perkembangan dari ilmu-ilmu sebelumnya.²⁷

²⁷Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV. Jejak, 2018), h. 235.

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif, dimana peneliti berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perilaku khusus terhadap peristiwa tersebut.

Beberapa cara yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data yaitu mengorganisasikan data, menjabarkan data yang diperoleh, melakukan sintesa, menyusun data, memilih data yang penting, kemudian membuat kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan.





BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Usaha *Pa'balu Bau* Di Desa Ujung Labuang

Usaha merupakan kegiatan manusia untuk meraih keuntungan, dan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan perkembangan masyarakat, usaha terdiri dari usaha kualitatif dan kuantitatif, kualitatif dapat dilihat dari pendidikannya, sedangkan kuantitatif dari perkembangan masyarakat. Manusia yang unggul adalah manusia yang melakukan usaha dengan didasari ajaran agama Islam, dan taqwa kepada Allah dan membawa keseimbangan hidupnya seperti yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW, yang terdapat dalam Al - Qur'an dan As - Sunnah (Al Hadis).²⁸

Usaha merupakan jenis yang meningkatkan kesejahteraan hidup manusia, Islam telah memberikan petunjuk untuk berusaha, banyak hadis hadis Nabi Muhammad yang berhubungan dengan usaha, ketika seseorang melakukan aktivitas usaha diawali dengan membaca doa terlebih dahulu, maka muncul kesadaran bahwa Allah Maha Kuasa.²⁹

Penjual ikan (*Pa'balu Bau*) adalah seseorang yang menjual ikan mentah dan makanan laut. Penjual ikan dapat menjadi pedagang grosir atau pengecer dan dilatih dalam memilih dan membeli, menangani, memotong, boning, filleting, menampilkan, memperdagangkan dan menjual produk mereka.

²⁸Ariyadi, "Bisnis dalam Islam", (Jurnal Hadratul Madaniyah, Vol 5, Issue 1 Tahun 2018), h. 13 – 14

²⁹3Andi Darussalam, "Paradigma Bisnis Islam Prespektif Hadis", (Jurnal TAHDIS Vol. 6, No. 1 Tahun 2015), h. 24.

Sebagaimana wawancara yang dilakukan bersama Bapak Bahtiar yang merupakan supliar ikan, mengatakan bahwa:

“saya mulai usaha sebagai pa’balu bau sejak tahun 1985 umur saya pada waktu itu berusia 17 tahun hingga saat ini saya masih menggeluti profesi tersebut. Kami penjual ikan pernah menerima bantuan dari pihak perikanan berupa barang yang digunakan untuk menjual ikan”.³⁰

Dari wawancara diatas dapat dipahami bahwa bapak Bahtiar memulai usaha pa’balu bau sejak ia berusia 17 tahun yaitu pada tahun 1985, dan sekarang telah memasuki 37 tahun ia menggeluti profesi pa’balu bau. Wawancara diatas juga menyebutkan bahwa pihak perikanan pernah memberikan bantuan kepada para pa’balu bau berupa barang yang akan digunakan untuk menjual. Bantuan yang diberikan oleh pihak perikanan merupakan salah satu bentuk pemberdayaan usaha pa’balu bau yang oleh pihak perikanan. Pemberdayaan yang dilakukan merupakan salah satu dukungan dari pihak perikanan kepada para pa’balu bau untuk lebih semangat menjalankan profesi mereka.

Selanjutnya wawancara yang dilakukan bersama Ibu Bunga yang juga merupakan salah satu pa’balu bau yang mengambil ikan dari supliar, mengatakan:

“saya sudah 30 tahun berprofesi sebagai pa’balu bau, karen di Desa Ujung Labuang banyak nelayan di kamapung kita jadi saya mengambil keuntungan untuk menggeluti profesi ini”.³¹

Wawancara diatas dapat dicermati bahwa Ibu Bunga memanfaatkan potensi yang ada di Desanya. Pada kenyataannya desa ujung labuang adalah salahsatu daerah tanjung di depan Parepare yang dpisahkan oleh Laut Teluk Pare yang masuk dalam Wilayah Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang, dimana dahulunya

³⁰Bahtiar, Supliar dan Pengencer Ikan Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023.

³¹Bunga, Pegencer Ikan Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023

merupakan tempat persinggahan baik bagi para Pelaut maupun para Pedagang yang hendak menuju daerah lain.

Letak geografis juga menjadi dasar mengapa masyarakat Ujung Labuang mayoritas berprofesi sebagai Nelayan. Mayoritas nelayan di Desa Ujung Labuang merupakan potensi yang sangat besar bagi masyarakat desa Ujung Labuang, hal ini dimanfaatkan langsung oleh para masyarakat desa Ujung Labuang yang berprofesi sebagai penjual ikan. Pemanfaatan sumber alam merupakan pemberdayaan yang dilakukan oleh masyarakat Ujung Labuang, hal ini merupakan pengertian dari pemberdayaan yaitu memanfaatkan potensi wilayah.

2. Manajemen Pemasaran Pa'balu Bau Desa Ujung Labuang

Manajemen pemasaran adalah suatu analisis atau perencanaan, implementasi serta kontrol yang telah disusun oleh pelaku usaha dengan tujuan agar tercapainya tujuan yang diinginkan. Seperti halnya *pa'balu bau* (penjual ikan di Desa Ujung Labuang yang mempunyai perencanaan tersendiri dalam hal menjual ikan. Pada dasarnya para pelaku usaha pasti mempunyai strategi tersendiri dalam menghabiskan jualan mereka.

Seperti yang dibahas diatas bahwa letak geografis Desa Ujung Labuang yang menjadikan masyarakat setempat mayoritas berprofesi sebaba nelayan. Banyaknya nelayan juga menjadi acuan terhadap masyarakat lainnya untuk mengambil kesempatan berprofesi sebagai *pa'balu bau* (penjual ikan).

Berikut daftar penjual ikan di Desa Ujung Labuang beserta jenis dan jenis ikan yang dijual:

Tabel 4.1 Daftar Pa'balu Bau Desa Ujung Labuang

No	Nama	Jenis pa'balu bau	Jenis ikan yang dijual
1	Bahtiar	Supliar dan pengencer	Ikan baru dan ikan kering
2	H Darwis	Supliar	Ikan asin dan ikan kering
3	Gisman	Pengencer	Ikan asin dan ikan baru
4	Hj. Erni	Supliar dan pengencer	Ikan asin dan ikan kering
5	Bunga	Pengencer	Ikan Asin
6	Ittang	Pengencer	Ikan Asin
7	Raoda	Pengencer	Ikan Asin
8	Erna	Pengencer	Ikan Asin
9	Raodatuljannah	Pengencer	Ikan asin dan Ikan baru
10	Rahma	Pengencer	Ikan Asin

Tabel diatas telah menunjukkan daftar nama masyarakat yang berprofesi sebagai pa'balu bau (penjual ikan) di Desa Ujung Labuang. Daftar diatas juga menunjukkan bahwa terdapat dua jenis penjual ikan di Desa Ujung Labuang yaitu supliar atau orang yang menyediakan ikan dalam jumlah yang banyak dan pengencer yaitu orang yang mengambil ikan di supliar serta terjun langsung kepasar untuk menjual ikan.

Tabel diatas juga menunjukkan jenis ikan yang dijual oleh para pa'balu bau di Desa Ujung Labuang yaitu ikan baru (ikan mentah yang diambil langsung dari nelayan dan langsung dibawa kepasar untuk dijual), ikan asin dan ikan kering. Jenis ikan yang akan dijual kepasar atau diberikan kepada pengencer melalui beberapa proses yaitu:

a. Strategi pemasaran *Pa, balu bau* di Desa Ujung Labuang

a) Nelayan menjual ikan kepada supliar

Salah satu kegiatan upaya pemberdayaan masyarakat di Desa Ujung labuang yaitu proses penjualan yang dilakukan oleh nelayan kepada supliar. Ikan yang dijual nelayan kepada supliar yaitu ikan baru dan ikan asin yang telah di belah dan diberi garam. Sebagaimana wawancara yang dilakukan bersama Haswandy merupakan masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan, mengatakan:

“hasil tangkap yang kami lakukan di lautan terdapat dua jenis yaitu tangkapan yang dilakukan secara kelompok dan tangkapan yang dilakukan sendiri, tangkapan yang dilakukan sendiri berupa ikan baru kemudian di belah dan diberi garam dan dimasukkan kedalam karung. Hasil tangkapan ini akan dijual kepada supliar ikan”.³²

Wawancara diatas dapat dicermati bahwa terdapat dua jenis hasil tangkap ikan yang dilakukan oleh para nelayan yaitu hasil tangkapan kelompok dan hasil tangkapan sendiri. Hasil tangkapan sendiri berupa ikan mentah yang dibelah kemudian diberi garam yang menjadi ikan asin. Hasil tangkapa yang dilakukan sendiri akan dijual kepada supliar ikan. Kemudian supliar ikan akan menjualnya kepada para pengencer ikan.

Wawancara selanjutnya dilakukan bersama Basruddin yang juga merupakan nelayan desa Ujung Labuang, mengatakan:

“hasil tangkap yang saya lakukan sendiri berupa ikan mentah dan akan saya jual kepada supliar ikan. Hal ini dapat menambah pemasukan saya dalam keluarga, karena saya tidak hanya menunggu hasil tangkapan yang dilakukan secara kelompok”.³³

³²Haswandy, Nelayan di Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 25 Desember 2022.

³³Bassruddin, Nelayan Desa Ujung Labuang, *Wawancaea* di Desa Ujung Labuang tanggal 25 Desember 2022.

Wawancara diatas dapat dicermati bahwa selain ikan asin yang dijual kepada supliar terdapat juga ikan baru (ikan mentah). Hasil tangkap yang dilakukan sendiri lebih menambah pemasukan peroknomian keluarga. hal ini merupakan konteks pemberdayaan masyarakat, karena nelayan memanfaatkan sumber alam dengan baik dan memberi peluang kepada masyarakat untuk membuka usaha penjualan ikan.

b) Supliar menjual ikan kepada pengencer

Kegiatan pemberdayaan selanjutnya adalah supliar menjual ikan kepada para pengencer. Sesuai dengan wawancara diatas bahwa nelayan akan menjual ikan mereka kepada supliar. Supliar menerima ikan baik dalam jumlah sedikit maupun jumlah banyak, karena selanjutnya ereka akan menjualnya kepada pengencer ikan. Sebagaimana wawancara yang dilakukan bersama H. Darwis yang merupakan supliar ikan asin, mengatakan:

“saya akan membeli ikan hasil tangkap sendiri atau hasil *la'du* nelayan dan kemudian para pengencer akan datang untuk membeli ikan kepada saya. Saya hanya menyediakan ikan asin saja untuk dijual kepada pengencer”.

Wawancara diatas dapat dicermati bahwa supliar akan membeli ikan langsung kepada nelayan, tetapi ikan yang dibeli adalah ikan hasil tangkap yang dilakukan sendiri atau dalam bahasa mandarnya *ala la'du*. Setelah berada pada supliar kemuadia para pengencer akan datang untuk membeli ikan tersebut. H. Dalu juga menjelaskan bahwa ia hanya menerima ikan asin saja, yaitu ikan yang telah dibelah dan diberi garam.

Wawancara selanjutnya dilakukan bersama Hj. Erni yang merupakan supliar sekaligus pengencer, mengatakan:

“saya mempunyai langganan sendiri dari para nelayan, jadi ketika mereka datang maka hasil *la'du* mereka akan dijual kepada saya. Saya tidak menjualnya kepada pengencer karena saya juga terjun langsung kepasar untuk menjual ikan”³⁴.

Wawancara diatas dapat dicermati bahwa supliar ikan mempunyai langganan tersendiri dari nelayan, ketika nelayan tersebut datang maka mereka akan langsung menjual kepada supliar langganan mereka. Pada kenyatannya para supliar dan nelayan mempunyai kontrak tersendiri agar mereka menjual ikan kepada supliarnya karena para supliar akan menyediakan garam atau bahan lainnya yang akan digunakan untuk menangkap ikan.

Pada dasarnya para supliar akan memberikan panjar atau uang muka kepada nelayan yang membutkannya. Biasanya nelayan mengambil panjar untuk membeli perlengkapan alat pancing dan garam sebagai bahan untuk membuat ikan asin, jadi secara otomatis nelayan akan menjual ikan atau hasil tangkap mereka kepada supliar yang telah memberikan mereka panjar.

c) Pengencer menjual kepasar

Proses pemberdayaan usaha pa'balu bau selanjutya adalah pengencer yang akan menjual kepasar. Setelah mengambil ikan dari supliar, pengencer harus melalui beberapa proses untuk kepasar menjual ikan. Sebenarnya ikan yang diambil di supliar masih belum siap untuk dijual kerana harus dicuci dan dibersihkan terlebih dahulu dan ikannya akan siap untuk dijual. Sebagaimana wawancara yang dilakukan bersama Ibu Raoda yang merupakan salah satu pengencer ikan asin, mengatakan:

³⁴Hj. Erni, Supliar dan Pengencer Ikan Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023

“setelah saya mengambil ikan dari supliar, saya akan menyuruh anak buah saya untuk mencuci ikan karena ikan yang diambil di supliar belum siap jual”.³⁵

Wawancara diatas dapat dicermati bahwa ikan yang diambil dari supliar harus melewati beberapa proses terlebih dahulu untuk siap jual langsung kepasar. Proses yang dimaksud adalah mencuci ikan, biasanya hal ini dilakukan di dermaga yang telah disediakan oleh desa. Penyediaan dermaga yang dilakukan desa merupakan salah satu dukungan pemberdayaan usaha pa'balu bau karena mereka menyediakan fasilitas untuk mempermudah proses usaha pa'balu bau yaitu proses pencucian ikan.

Proses pencucian ikan akan dilakukan oleh anak buah dari masing-masing pa'balu bau (penjual ikan). Biasanya para penjual ikan mempunyai minimal 2 karyawan, Pa'balu bau yang mengambil ikan dari supliar hal ini termasuk pada pemberdayaan masyarakat karena secara tidak langsung usaha pa'balu bau telah memberdayakan masyarakat melalui potensi yang mereka miliki dan tujuannya adalah untuk meningkatkan perekonomian keluarga masyarakat yang bersangkutan.

Wawancara selanjutnya dilakukan bersama bapak Bahtiar yang merupakan supliar dan juga pengencer ikan baru, mengatakan:

“nelayan yang datang dari laut biasanya sampai sore dan malam hari sedangkan saya menjual ikan kepasar pagi hari, jadi proses untuk mengawetkan ikan adalah dengan cara memberi ikan es yang banyak dan merata degan tujuan agar ikan masih segar hingga sampai ke pembeli”.³⁶

³⁵Raoda, Pengencer Ikan di Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023

³⁶Bahtiar, Supliar dan Pengencer Ikan di Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023

Wawancara diatas dapat dicermati bahwa ikan yang dibeli dari nelayan tidak langsung dijual kepasar karena biasanya nelayan datang sore dan malam hari dan pengencer ikan pergi menjual pagi hari, jadi ketika nelayan datang maka ikan baru tersebut melewati beberapa proses yaitu pemberian es batu dengan tujuan untuk membuat ikan segar sampai ketagan pembeli. Sebenarnya bapak bahtiar juga mempunyai karyawan dalam hal mengurus kesegaran ikan. Hal ini juga merupakan pemberdayaan masyarakat.

Wawancara selanjutnya dilakukan bersama Hj. Erni yang merupakan supliar ikan kering, mengatakan:

“proses pembuatan ikan asin melalui beberapa proses yaitu mencuci ikan, penjemuran dan penyusunan ikan kedalam kardus. Biasanya saya membutuhkan 4 bahkan 5 karyawan untuk membuat ikan kering sesuai dengan pesanan”.³⁷

Wawancara diatas dapat dicermati bahwa proses pembuatan ikan asin kering melewati beberapa tahapan yaitu pencucian ikan, penjemuran ikan, dan penyusunan ikan. Banyaknya proses yang dilakukan akan memerlukan pemberdayaan masyarakat, karena pesanan ikan asin kering biasanya sangat banyak sehingga supliar ikan membutuhkan karyawan.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam menjalankan suatu usaha karena hal ini merupakan proses agar dapat meningkatkan usaha yang dilakukan. Mempertahankan kelangsungan hidup usaha serta menjaga, merawat usaha dan untuk memperoleh keuntungan sistem pemasaran merupakan kunci dari kesuksesan usaha yang dilakukannya. Sistem pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha harus mampu memberikan kepuasan dan kenyamanan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menjaga kualitas produk agar minat konsumen lebih tinggi.

³⁷Hj. Erni, Supliar dan Pengencer Ikan di Desa Ujung Labuang, *Wawancara di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023*

Harga ikan di Desa Ujung Labuang disesuaikan dengan cuaca dan keadaan banjir tidaknya ikan, hal ini sangat mempengaruhi harga ikan. Ikan banjir akan membuat harga ikan menurun, hal ini biasa terjadi pada bulan agustus, september, oktober dan november, harga ikan pada bulan tersebut bisa menyampai angka Rp 7.000 perkilo gram. Tetapi pada bulan desember sampai juli harga ikan bisa menyampai angka Rp. 20.000 perkilogram, karena pada masa ini para nelayan merantau ke Kendari untuk mencari ikan karena dikendari cucunya bagus.

b. Sistem Pemasaran *Pa'balu bau* di Desa Ujung Labuang

Sistem pemasaran yang dilakukan oleh supplier pa'balu bau di Desa Ujung Labuang adalah sistem pemasaran langsung, dimana pengencer yang datang kepada supplier untuk membeli ikan. Tetapi pengencer akan menjual ikan mereka di pasar Lakessi Kota Parepare yang berjara sekitar 30km dari Desa Ujung Labuang. Selain sistem pemasaran langsung pa'balu bau di Desa Ujung Labuang juga mengeksport ikan mereka keluar kota seperti Barru, Mamuju, Palu, Majene dan Kalimantan.

Sebagaimana wawancara yang dilakukan bersama Ibu Raodatuljannah yang merupakan pengencer ikan di Desa Ujung Lauang, mengatakan:

“saya menjual ikan di pasar Lakessi Kota Parepare dengan sistem penjualan secara langsung yaitu pembeli datang langsung kepada saya dengan cara mengencer ikan”.³⁸

Wawancara diatas dapat dipahami bahwa sistem penjual yang dilakukan oleh Ibu Raodatuljannah yaitu secara langsung yaitu para pembeli datang ketempat saya. Proses jual beli ikan dilakukan dipasar Lakessi kota Parepare.

³⁸Raodatuljannah, Pengencer Ikan di Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023.

Wawancara selanjutnya dilakukan bersama Ibu Bunga yang juga merupakan pengencer ikan asin, mengatakan:

“saya menjual ikan di Pasar Lakessi Kota Parepare dengan jarak rumah saya ke Kota Parepare yaitu 30km jadi untuk mengejar pembeli kami harus berangkat sekitar jam 4 pagi. Saya menjual ikan asin secara pengencera dan leper”³⁹

Wawancara diatas dapat dicermati bahwa para pa’balu bau di Desa ujung Labuang menjual ikan di Pasar Lakessi Kota Parepare, dengan jarak tempuh sekitar 30km. Pada kenyataannya pasar Lakessi Parepare sudah ramai pengunjung jam 5.00. Untuk mengejar pembeli para pa’balu bau di Desa Ujung Labuang harus berangkat jam 4.00 pagi. Ibu Bunga juga melanjutkan bahwa sistem pemasaran yang dilakukan yaitu dengan cara mengencer ikan dan leper (dijual kepada penjual ikan lainnya) itilah ini juga bisa dikatakan sebagai grosir.

Wawancara selanjutnya dilakuka bersama Hj. Erni yang merupakan supplier sekaligus penjual ikan asinlangsung kepasar, mengatakan:

“selain sistem penjualan langsung yang saya lakukan dipasar lakessi saya juga menerima pesanan ikan asin yang siap diekspor keluar kota. Tiga bulan terakhir saya selalu mengekspor ikan keluar kota karena stok ikan banyak”⁴⁰.

Selain sistem pemasaran langsung wawancara diatas juga menyebutkan bahwa hj. Erni juga mengekspor ikannya keluar kota. Seperti yang dikatakan diatas bahwa bulan agustus sampai september jumlah ikan sangat banjir, hal ini yang juga menjadi salah satu alasan terjadinya ekspor keluar kota. Jenis ikan yang diekspor keluar kota yaitu ikan asin kering. Harga ikan asin kering dalam 1kg berkisar Rp. 20.000, dan pesanan yang datang biasa mencapai 1000 kg bahkan lebih.

³⁹Bunga, Pengencer Ikan Desa Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023

⁴⁰H. Erni, Suppliar dan Pengencer Ikan di Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023

Wawancara selanjutnya dilakukan bersama H. Dalu yang merupakan supplier ikan asin dan ikan asin kering, beliau juga sering melakukan ekspor ikan keluar kota, ia mengatakan:

“beberapa bulan terakhir ini saya mengekspor ikan ke Majene, Mamuju, dan Kalimantan”.⁴¹

Wawancara diatas dapat dipahami bahwa selain sebagai supliar yang menyediakan ikan kepada pengencer, ia juga melakukan ekspor ikan asin kering ke luar kota yaitu Kota Majene, mamuju dan kalimantan. Biaya ekspor yang dilakukan ditanggung oleh pembeli itu sendiri atau diluar tanggung jawab pembeli.

Semua wawancara yang dilakukan diatas penulis menarik kesimpulan bahwa sistem pemasaran yang dilakukan oleh pa’balu bau Desa Ujung Labuang yaitu menggunakan sistem pemasaran secara langsung, yaitu pembeli datang langsung kepenjual untuk melakukan transaksi. Proses transaksi jual beli yang dilakukan oleh pa’balu bau hampir semuanya dilakukan di Pasar Lakessi Parepare. Selain sistem langsung, beberapa pa’balu bau juga melakukan ekspor ikan asin kering keluar kota.

3. Kontribusi Usaha Pa’balu Bau Terhadap Pendapatan Keluarga Di Desa Ujung Labuang

Kontribusi pendapatan merupakan sumbangan pendapatan yang diberikan pengusaha ikan asin terhadap pendapatan rumah tangga yang dihitung dalam satuan persen. Usaha pa’balu bau di Desa Ujung Labuang telah ada sejak dulu karena letaknya yang berada di pesisir pantai dan mayoritas penduduknya berprofesi sebagai nelayan, yang mengharuskan adanya pemberdayaan masyarakat sebagai pa’balu bau (penjual ikan). Dengan begitu pelaku usaha

⁴¹H. Dalu, supliar Ikan di Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023

pa'balu bau di Desa Ujung Labuang dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya dengan berjualan ikan bahkan mampu meningkatkan perekonomian walaupun penghasilan yang didapatkan tidak menentu.

Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan bersama Bapak Bahtiar yang merupakan pa'balu bau sebagai supliar dan pengencer ia telah menggeluti profesi ini selama 37 tahun, mengenai pendapatan:

“Pendapatan yang saya peroleh dari profesi pa'balu bau ini tidak menentu, karena pekerjaan ini bisa dikatakan sebagai pekerjaan musiman, kalau lagi musimnya dan harga ikan stabil saya mampu memperoleh pendapatan sekitar Rp 500.000 perhari tetapi kalau harga di pasar lagi tidak stabil saya hanya dapat memperoleh sekitar Rp. 200.000 perhari”⁴²

Wawancara diatas dapat dicermati bahwa pendapatan dari pa'balu bau tidak menentu karena pebdapatannya disesuaikan dengan harga ikan dipasar dan musim ikan atau tidak. Jadi dapat dikatan bahwa pendapatan pa'balu bau merupakan pendapatan musiman atau tidak menentu. Bapak bahtiar menyebutkan bahwa jika musim ikan dan harga ikan dipasar stabil ia mampu memperoleh pendapatan sehari Rp.500.00 dan jika harga ikan dipasar tidak stabil ia hanya mampu mendapat Rp.200.00. Jadi penulis menarik kesimpulan bahwa rata-rata yan didapatkan Bapak bahtiar dalam sebulam baik harga ikan stabil atau tidak yaitu sebesar Rp. 5.000.000 – Rp.6.000.000.

Wawancara selanjutnya dilakukan bersama Hj. Erni yang juga merupakan supliar dan pengencer sekaligus pengekspor ikan di Desa Ujung Labuang. Beliau juga merupakan istri dari Bapak Bahtiar, mereka sama-sama menggeluti usaha pa'balu bau dengan pendapatan yang hampir sama dengan bapak bahtiar.

⁴²Bahtiar, Supliar dan Pengencer Ikan di Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023

Jadi dapat disimpulkan bahwa keluarga Bapak Bahtiar dapat memperoleh pendapatan keluarga Rp 9.000.000- 10.000.000 perbulannya.

Wawancara selanjutnya dilakukan bersama H. Dalu yang merupakan supliar ikan, mengatakan:

“pendapatan yang saya dapatkan dari supliar kepada para pengencer ikan hanya berkisar 10% dalam satu karung. Misal dalam satu karung harganya sekitar Rp. 300.000 maka saya hanya memperoleh Rp. 30.000 saja. Tetapi pendapatan saya sesuai dengan harga pasaran dan juga kualitas ikan yang dibawaa oleh nelayan”.⁴³

Wawancara diatas dapat dicermati bahwa pendapatan supliar sesuai dengan harga pasar dan kualitas ikan. Dalam satu karung supliar hanya mengambil keuntungan sebesar 10%. Supliar ini telah menggeluti usaha pa’balu bau sejak lama yaitu sekitar 20-25 tahun yang lalu pendapatannya sebagai supliar dan ekspor ikan asin kering tidak menentu tetapi ia mampu memperoleh pendapatan sekitar Rp 4.000.000-Rp 5.000.000 perbulan diluar dari pendapatan-pendapatan lainnya.

Wawancara selanjutnya dilakukan bersama para pengencer ikan. Semua pengencer ikan menjual ikan mereka di Pasar Lakessi Kota Parepare, Sebagaimana wawancara yang dilakukab bersama Gisman sekaligus mewakili para jawaban pengencer lainnya, mengatakan:

“pendapatan kami tidak menentu tetapi kami mampu memenuhi kehidupan sehari-hari dari usaha ini. Jika kami aktif menjual dalam sebulan kami mampu mendapatkan Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 perbulannya”.⁴⁴

Wawancara diatas dapat dicermati bahwa pengencer ikan yang aktif melakukan penjualan dalam sebulan ia mampu mendapatkan pendapatan sekitar

⁴³H. Dalu, Supliar Ikan di Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023

⁴⁴Gisman, Pengencer ikan di Desa Ujung Labuang, *Wawancara* di Desa Ujung Labuang Tanggal 1 Januari 2023

Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 perbulannya. Tetapi jika harga pasar lagi stabil maka pendapatan yang diperoleh bisa lebih.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Usaha *Pa'balu Bau* Di Desa Ujung Labuang

Masyarakat yang berprofesi sebagai *pa'balu bau* di Desa Ujung Labuang sudah ada sejak tahun 1970-an. Alasan mereka menggeluti profesi ini karena letak geografis. Hal ini menjadi dasar mengapa masyarakat Ujung Labuang mayoritas berprofesi sebagai Nelayan. Mayoritas nelayan di Desa Ujung Labuang merupakan potensi yang sangat besar bagi masyarakat desa Ujung Labuang, hal ini dimanfaatkan langsung oleh para masyarakat desa Ujung Labuang yang berprofesi sebagai penjual ikan. Pemanfaatan sumber alam ini secara tidak langsung telah membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.

Adanya usaha *pa'balu bau* telah membantu perekonomian masyarakat yang menjadi pelaku usaha. Hal ini sesuai dengan tujuan dari ekonomi islam yaitu:

- a. Pencapaian falah atau kebahagiaan umat islam didunia dan akhirat.
- b. Distribusi yang adil dan merata, tujuan yang paling penting kedua dalam ekonomi islam adalah membuat distribusi sumber-sumber ekonomi. Kekayaan dan sumber pendapatan dapat berlangsung secara adil dan merata.
- c. Tersedianya kebutuhan dasar, hal ini juga merupakan tujuan penting system ekonomi islam ialah tersedianya kebutuhan dasar

seperti makanan, pakaian dan tempat tinggal bagi seluruh warga negara islam.

- d. Tegaknya keadilan sosial salah satu tujuan utama ekonomi islam adalah menegakkan keadilan sosial ekonomi dia antara seluruh anggota masyarakat.
- e. Mengutamakan persatuan dan persaudaraan tujuan lain system ekonomi islam adalah menegakkan persaudaraan dan persatuan di antara kaum muslimin.
- f. Pengembangan moral dan material, sistem ekonomi islam di arahkan kepada pengembangan materil maupun moral masyarakat muslimin.
- g. Sirkulasi harta, tujuan penting lainnya dari sistem ekonomi islam adalah mencegah penimbunan dan menjamin sirkulasi harta secara terus menerus.
- h. Terhapusnya eksploitasi, tujuan yang terakhir dalam sistem ekonomi islam adalah menghapus eksploitasi seseorang terhadap orang lain.

Hal ini telah dirasakan oleh para pelaku usaha *pa'balu bau* karena profesi mereka membantu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan jika mereka mendapatkan untung yang lebih mereka juga melakukan sedekah, hal ini termasuk bekal untuk kebahagiaan akhirat serta mampu mengembangkan moral pelaku usaha. Usaha ini juga mampu membangun tali silaturahmi antara penjual dan pembeli.

2. Manajemen Pemasaran *Pa'balu Bau* Desa Ujung Labuang

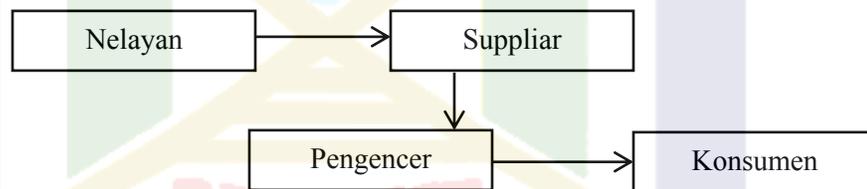
Manajemen pemasaran mencakup tentang strategi serta sistem pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama para pa'balu bau baik supliar maupun pengencer, menghasilkan bahwa sistem pemasaran yang dilakukan oleh pa'balu bau di Desa ujung Labuang adalah sistem secara langsung yaitu enceran grosir dan ekspor.

Lebih jelasnya peneliti akan menggambarkan saluran strategi pemasaran pa'balu bau di Desa ujung Labuang, sebagai berikut:

1) Saluran tingkat satu



2) Saluran tingkat dua

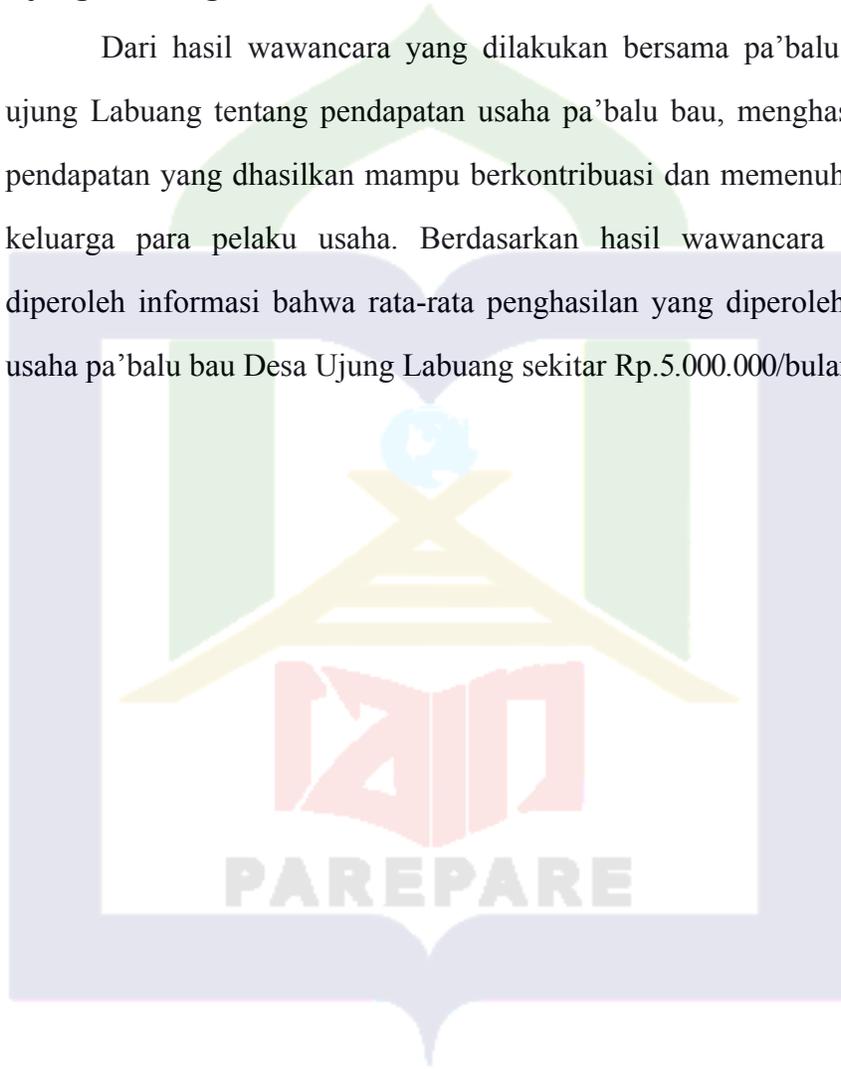


Panjang pendeknya saluran pemasaran pa'balu bau dipengaruhi oleh beberapa faktor yang pertama, jarak antara produsen dan konsumen yang jauh berpengaruh pada harga yang didapatkan oleh konsumen begitupun sebaliknya. Pada gambar saluran pemasaran tingkat satu diartikan sebagai ekspor yang dilakukan oleh supliar, yaitu nelayan menjual ikan kepada supliar dan supliar melakukan ekspor kepada konsumen. Sedangkan pada tingkat kedua diartikan sebagai berikut, nelayan menjual ikan kepada supliar, selanjutnya supliar menjual kepada pengencer dan pengencer yang akan menjualnya kepada konsumen. Pada tingkatan kedua disesuaikan dengan harga pasar yang ditentukan oleh pengencer. Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa

sistem pemasaran yang dilakukan oleh pa'balu bau Desa Ujung Labuang adalah enceran dan grosir.

3. Kontribusi Usaha *Pa'balu Bau* Terhadap Pendapatan Keluarga Di Desa Ujung Labuang

Dari hasil wawancara yang dilakukan bersama pa'balu bau d Desa ujung Labuang tentang pendapatan usaha pa'balu bau, menghasilkan bahwa pendapatan yang dihasilkan mampu berkontribusi dan memenuhi pendapatan keluarga para pelaku usaha. Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diperoleh informasi bahwa rata-rata penghasilan yang diperoleh para pelaku usaha pa'balu bau Desa Ujung Labuang sekitar Rp.5.000.000/bulan.





BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Masyarakat yang berprofesi sebagai *pa'balu bau* di Desa Ujung Labuang sudah ada sejak tahun 1970-an. Alasan mereka menggeluti profesi ini karena letak geografis. Hal ini menjadi dasar mengapa masyarakat Ujung Labuang mayoritas berprofesi sebagai Nelayan. Mayoritas nelayan di Desa Ujung Labuang merupakan potensi yang sangat besar bagi masyarakat desa Ujung Labuang, hal ini dimanfaatkan langsung oleh para masyarakat desa Ujung Labuang yang berprofesi sebagai penjual ikan. Pemanfaatan sumber alam ini secara tidak langsung telah membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.
2. Manajemen pemasaran mencakup tentang strategi serta sistem pemasaran. Strategi pemasaran tiga jenis strategi yaitu nelayan yang menjual ikan kepada supliar, supliar yang menjual ikan kepada pengencer dan pengencer yang menjual langsung kepasar tetapi harus melalui beberapa proses yaitu pencucian ikan dan pengeringan serta penyusunan ikan yang ingin di ekspor. Dan sistem pemasaran usaha *pa'balu bau* dilakukan secara langsung dengan pemasaran grosir dan enceran. Memberikan grosir biasanya dilakukan supliar kepada para pengencer ikan dan enceran dilakukan oleh pencer ikan yang dijual langsung kepada konsumen.

3. Kontribusi usaha ikan asin di Desa Ujung Labuang rata-rata dengan jumlah 83.3%, hal ini dapat disimpulkan bahwa kontribusi usaha *pa'balu bau* membantu masyarakat memperoleh pendapatan memenuhi kebutuhan sehari-harinya bahkan mampu meningkatkan tingkatan ekonomi pelaku usaha.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan adapun beberapa saran untuk pengusaha ikan asin di Desa Ujung Labuang:

1. Pemerintah harus adil, transparansi dan lebih meningkatkan upaya-upaya pemberdayaan yang ada di Desa Ujung Labuanga agar usaha tersebut tetap bertahan dan lebih dikenal orang banyak.
2. Pengusaha ikan asin di Desa Kupa harus lebih meningkatkan sistem pemasaran usaha ikan asin di Desa Kupa serta bekerja sama dengan pemerintah dan lebih kreatif dalam melakukan penjualan.
3. Dengan adanya skripsi ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi kepada peneliti selanjutnya dan memudahkan peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang terkait dengan judul penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Qarim

Andi Darussalam, “Paradigma Bisnis Islam Prespektif Hadis”, Jurnal TAHDIS Vol. 6, No. 1 Tahun 2015.

Anggito Albi dan Setiawan, Johan, 2018 *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV. Jejak)

Ariyadi, “Bisnis dalam Islam”, Jurnal Hadratul Madaniyah, Vol 5, Issue 1 Tahun 2018.

Departemen Pendidikan Nasional, 2008 *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi IV (Cet. I; Jakarta; Gramedia Pustaka Utama

Eggi Fajar Andalas, Sugiarti dan Setiawan, Arif 2020 *Desain Penelitian Kualitatif Sastra*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang)

Harahap Isnaini dkk, 2019 “*Peran Bank Wakaf Mikro Syariah Dipesantren Mawaridussalam dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 2 No. 2 (Juli-Desember)

Herlyansyah, Dytia 2016 “Implementasi Kebijakan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang”, (*Skripsi Sarjana: Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu dan Ilmu Politik UNIVERSITAS Sultan Ageng Trisatya*)

Huda Et’al, Nurul 2014 *Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis*, (Cet IV, Jakarta: Kencana)

Idri, 2015 *Hadist Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadist Nabi)*. (Cet Jakarta: Kencana)

Kasmir & Jakfar, 2007 *Studi Kelayakan Bisnis* Penerbit Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (Kdt). (Jakarta: Kencana)

Makkulau Wahyu, A. Rio 2020 *Pemikiran Ekonomi Islam* (Lembaga Pendidikan dan Balai Insan Cendekia)

Martin Novianto Hutagaol, Renaldo 2012 “*Penerapam Akuntansi Pada Usaha Kecil Menengah*” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Fakultas Bisnis*, Vol 1. No.2.

Nurasiah.Y 2018 “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Ikan di Laut (Studi Kasus Desa Ujung Labung, Kabupaten Pinrang)”, (*Skripsi sarjana : Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Negeri Parepare*)

P3EI, 2008 *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers)

Prakoter Giing, Sarli 2016 “Praktik Jual Beli Ikan di Pantai dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap)”, (*Skripsi Sarjana: Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Iain Purwekerto*)

- Pratama Widharta Willy dan Sugiharto, Sugiono 2013 “*Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan*” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2, No. 1
- Rasam, Fadli 2018 “Peran Fadli Rasam, 2018 “Peran Pemasaran Dalam Kegiatan Usaha Pada Masyarakat” *Journal of Applied Business and Economics* Vol. 5 No. 2
- Rianto al-Arif, M. Nur EuisAmalia. 2014 *Teori Mikro Ekonomi, suatu perbandingan ekonomi islam dan Ekonomi Konvensional*, (Cet, 11. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group)
- Rindawati, Septi, 2021 *Strategi Peningkatan Pendapatan Nelayan* Penerbit: Media Sains Indonesia.
- Shinta, Agustina, 2011 *Manajemen Pemasaran* Universitas Brawijaya Press (Ub Press).
- Siddiqi, Nejatullah 1992 *The History Of Islamic Thought*, Dalam Ausaf Ahmad dan Kazim Reza Awan, *Lecture On Islamic Economics*, (Jeddah: IRTI IDB)
- Soekartawi, 2012 *Faktor-faktor Produksi*, Jakarta: Salemba Empat, *masyarakat memberdayakan rakyat*
- Subagyo, Joko, 2004 *Metode penelitian dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta)
- Suharto, Edi, 2010 “*Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*” (Bandung : Pt Refika Aditama)
- Suharto, Edi, 2011 *Membangun Mr. Agustina Shinta. M.P. “Manajemen Pemasaran”* Universitas Brawijaya Press (Ub Press).
- Suhendra, 2006 *Peranan Birokrasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, (Bandung :Alfabeta)
- Suhendra, Indra & Adi Fahmi Ginanjar, Rah, 2021 “*Distribusi Pendapatan*” Penerbit: Media Sains Indonesia.
- Syam, M. Yusuf 2017 “*Analisis Karakteristik nelayan Buruh dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Di Kabupaten Pesisir Selatan*” Buruh Nelayan.
- Teguh Sulistiyani, Ambar, 2010 *Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan* (Yogyakarta: Grava Medis)
- Tilaar, 1997 *Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Era Globalisasi* (Jakarta:PT Grasindo)
- Wardani & Triyono Aris, 2012 *Manajemen Pemasaran* Cv Budi Utama
- Warmansyah, Julio 2020 *Metode Penelitian dan Pengelolaan Data*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama).
- Widjajanti, Kesi “*Model Pemberdayaan Masyarakat*” *Jurnal Ekonomi Pembangunan*

Yullia Agustini Ni Ketut, Segmentasi Pasar, Segnmentasi Pasar, Penentuan Target, dan Penentuan Posisi (Ni Ketut Yulia A).

Yusnia, 2018 “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Zakat Community Development di Desa Cendana Kabupaten Enrekang (Analisis Ekonomi Islam)”, (*Skripsi Sarjana: Program studi hukum ekonomi syariah jurusan syariah dan ekonomi islam institut agama islam negeri Parepare*)

Yusuf Saleh Muhammad dan Said, Miah, 2019 *Konsep Dan Strategi Pemasaran* Cet. 1-Makassar. CV Sah Media.

Zaki al-Kaf, Abd. Allah, 2015 *Ekonomi Dalam Perspektif Islam Dalam Bukunya Idri, Hadist Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Ekonomi Islam Hadist Nabi)*, (Cet 1, Jakarta: Kencana)

Zubaedi, Pengembangan Masyarakat (Wacana dan Praktik)





Lampiran



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

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.4675/In.39.8/PP.00.9/09/2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PINRANG
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Di
KABUPATEN PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : MIRDAYANTI
Tempat/ Tgl. Lahir : KASSIPUTE, 12 NOVEMBER 1999
NIM : 18.2400.101
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH
Semester : IX (SEMBILAN)
Alamat : KASSIPUTE, KELURAHAN UJUNG, KECAMATAN SUPPA, KABUPATEN PINRANG

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

EVALUASI PEMBERDAYAAN USAHA "PA'BALU BAU" DI DESA LERO KABUPATEN PINRANG (ANALISIS EKONOMI ISLAM)

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan September sampai selesai.

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

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Parepare, 23 September 2022

Dekan,



Muzdalifah Muhammadun



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
 Nomor : 503/0511/PENELITIAN/DPMPTSP/09/2022

Tentang

REKOMENDASI PENELITIAN

- Menimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 29-09-2022 atas nama MIRDAYANTI, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Rekomendasi Penelitian.
- Mengingat : 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
 2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
 3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
 4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
 5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
 8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.
- Memperhatikan : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 1489/R/T.Teknis/DPMPTSP/09/2022, Tanggal : 29-09-2022
 2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0511/BAP/PENELITIAN/DPMPTSP/09/2022, Tanggal : 30-09-2022

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
KESATU : Memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :
1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOREANG
 3. Nama Peneliti : MIRDAYANTI
 4. Judul Penelitian : EVALUASI PEMBERDAYAAN USAHA PA'BALU BAU' DI DESA LERO KABUPATEN PINRANG (ANALISIS EKONOMI ISLAM)
 5. Jangka waktu Penelitian : 2 Bulan
 6. Sasaran/target Penelitian : MASYARAKAT DESA LERO
 7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Suppa
- KEDUA** : Rekomendasi Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 29-03-2023.
- KETIGA** : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Rekomendasi Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.
- KEEMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 30 September 2022



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP., M.Si
 NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **sertifikat elektronik** yang diterbitkan **BSrE**



NAMA MAHASISWA : Mirdayanti
 NIM : 18.2400.101
 FAKULTAS : Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam
 PRODI : Ekonomi Syariah
 JUDUL : Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Usaha “Pa’balu bau” di Desa Ujung Labuang.

Pedoman Wawancara
 Kepada Supliar Ikan

1. Sejak kapan anda supliar ikan?
2. Apa kontribusi yang diberikan pemerintah desa dalam mendukung usaha pa’balu bau di Desa Ujun Labuang?
3. Bagaimana sistem pemsaran usaha pa’balu bau di desa Ujung Labuang?
4. Berapa persen keuntungan yang anda dapatkan sebagai supliar?
5. Bagaimana kontribusi usaha pa’balu bau terhadap pendapatan keluarga anda?
6. Mengapa usaha pa’balu bau di Desa Ujung Labuang ini harus diberdayakan?

Pedoman Wawancara

Pengencer Ikan

1. Sejak kapan anda berprofesi sebagai pa'balu bau?
2. Apa kontribusi yang diberikan pemerintah desa dalam mendukung usaha pa'balu bau di Desa Ujun Labuang?
3. Bagaimana sistem pemasaran usaha pa'balu bau di desa Ujung Labuang?
4. Berapa persen keuntungan yang anda dapatkan sebagai pengencer ikan?
5. Bagaimana kontribusi usaha pa'balu bau terhadap pendapatan keluarga anda?
6. Bagaimana proses anda dalam menangani pengaduan dari pelanggan?
7. Mengapa usaha pa'balu bau di Desa Ujung Labuang ini harus diberdayakan

Pedoman Wawancara

Nelayan

1. Kepada siapa anda menjual hasil tangkap pribadi anda?
2. Menurut anda apakah usaha pa'balu bau dapat membantu pemberdayaan masyarakat Desa Ujung Labuang?

PAREPARE

TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Bahtiar

Hari Tanggal : 25 November 2022

Lokasi : Desa Ujung Labuang

1. P : Sejak kapan anda supliar ikan?
J : Saya mulai usaha sebagai pa'balu bau sejak tahun 1985 umur saya pada waktu itu berusia 17 tahun hingga saat ini saya masih menggeluti profesi tersebut.
2. P : Apa kontribusi yang diberikan pemerintah desa dalam mendukung usaha pa'balu bau di Desa Ujun Labuang?
J : Penyediaan dermaga yang dilakukan desa merupakan salah satu dukungan pemberdayaan usaha pa'balu bau karena mereka menyediakan fasilitas untuk mempermudah proses usaha pa'balu bau yaitu proses pencucian ikan.
3. P : Bagaimana sistem pemasaran usaha pa'balu bau di desa Ujung Labuang?
J : Sistem pemasaran yang dilakukan adalah pemasaran secara langsung yang di lakukan di mpasar lakessi.
4. P : Berapa persen keuntungan yang anda dapatkan sebagai supliar?
J: Yaitu sebesar 83,3%
5. P : Bagaimana kontribusi usaha pa'balu bau terhadap pendapatan keluarga anda?
J : Kontribusi usaha ikan asin di Desa Ujung Labuang rata-rata dengan jumlah 83.3%, hal ini dapat disimpulkan bahwa kontribusi usaha *pa'balu bau* membantu masyarakat memperoleh pendapatan memenuhi kebutuhan sehari-harinya bahkan mampu meningkatkan tingkatan ekonomi pelaku usaha.
6. P : Mengapa usaha pa'balu bau di Desa Ujung Labuang ini harus diberdayakan?
J : Karena hal ini menjadi dasar mengapa masyarakat Ujung Labuang mayoritas berprofesi sebagai Nelayan. Mayoritas nelayan di Desa Ujung Labuang merupakan potensi yang sangat besar bagi masyarakat desa Ujung Labuang, hal ini dimanfaatkan langsung oleh para masyarakat desa Ujung Labuang yang berprofesi sebagai penjual ikan. Pemanfaatan sumber alam ini secara tidak langsung telah membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

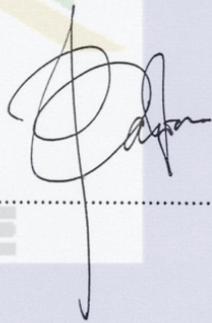
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bahtiar
Umur : 59
Jenis kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Kassipute. Ujung Labuang.

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Mirdayanti, yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Evaluasi Pemberdayaan Usaha "pa'balu bau" Di Desa Ujung Labuang Kabupaten Pinrang (Analisis Ekonomi Islam)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ujung Labuang, 25 November 2022



(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hj. Erni
Umur : 49
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam.
Alamat : Kasipute.

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Mirdayanti, yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Evaluasi Pemberdayaan Usaha "pa'balu bau" Di Desa Ujung Labuang Kabupaten Pinrang (Analisis Ekonomi Islam)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ujung Labuang, 25 November 2022


(.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

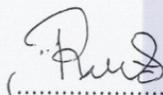
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Raoda
Umur : 58
Jenis kelamin : perempuan
Agama : Islam
Alamat : Karsipute, Ujung Labuang

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Mirdayanti, yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Evaluasi Pemberdayaan Usaha "pa'balu bau" Di Desa Ujung Labuang Kabupaten Pinrang (Analisis Ekonomi Islam)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ujung Labuang, 25 November 2022


(.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. Darwis
Umur : 51
Jenis kelamin : Laki laki
Agama : Islam
Alamat : Kassipute, Ujung Labuang

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Mirdayanti, yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Evaluasi Pemberdayaan Usaha "pa'balu bau" Di Desa Ujung Labuang Kabupaten Pinrang (Analisis Ekonomi Islam)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ujung Labuang, 25 November 2022



(.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

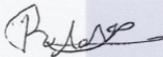
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rahma
Umur : 25
Jenis kelamin : perempuan
Agama : Islam
Alamat : kassipute, Ujung Labuang

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Mirdayanti, yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Evaluasi Pemberdayaan Usaha "pa'balu bau" Di Desa Ujung Labuang Kabupaten Pinrang (Analisis Ekonomi Islam)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ujung Labuang, 25 November 2022

()

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bunga
Umur : 45
Jenis kelamin : perempuan
Agama : Islam
Alamat : Kasripate, Ujung Labuang

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Mirdayanti, yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Evaluasi Pemberdayaan Usaha "pa'balu bau" Di Desa Ujung Labuang Kabupaten Pinrang (Analisis Ekonomi Islam)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ujung Labuang, 25 November 2022

()

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Basruddin
Umur : 30
Jenis kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Kasepube, Ujung Labuang

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Mirdayanti, yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Evaluasi Pemberdayaan Usaha "pa'balu bau" Di Desa Ujung Labuang Kabupaten Pinrang (Analisis Ekonomi Islam)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ujung Labuang, 25 November 2022


(.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

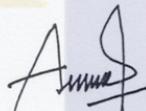
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aswandi
Umur : 23
Jenis kelamin : laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Kasripate, Ujung Labuang

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Mirdayanti, yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Evaluasi Pemberdayaan Usaha "pa'balu bau" Di Desa Ujung Labuang Kabupaten Pinrang (Analisis Ekonomi Islam)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ujung Labuang, 25 November 2022


(.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

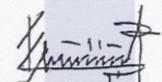
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ernawati
Umur : 33
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Ujung Labuang

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Mirdayanti, yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Evaluasi Pemberdayaan Usaha "pa'balu bau" Di Desa Ujung Labuang Kabupaten Pinrang (Analisis Ekonomi Islam)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ujung Labuang, 25 November 2022


(.....Ernawati.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

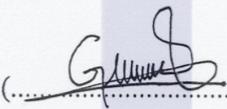
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gisman
Umur : 23
Jenis kelamin : laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Passipute, Ujung Labuang

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Mirdayanti, yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Evaluasi Pemberdayaan Usaha "pa'balu bau" Di Desa Ujung Labuang Kabupaten Pinrang (Analisis Ekonomi Islam)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ujung Labuang, 25 November 2022

()

PAREPARE

Dokumentasi













PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
KECAMATAN SUPPA
DESA UJUNG LABUANG

Alamat : Kassipute Desa Ujung Labuang Email : desa.ujunglabuang78@gmail.com Kode Pos 91272

SURAT KETERANGAN

Nomor : 20 /SK-DUL/ I / 2023

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RUSLAN

Jabatan : Kepala Desa Ujung Labuang

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : **MIRDAYANTI**

Nim : 182400101

Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah Melaksanakan penelitian di Desa Ujung Labuang mulai 11 Oktober 2022 sampai 11 Desember 2022 Untuk memperoleh data guna penyusunan tugas akhir skripsi dengan judul “**EVALUASI PEMBERDAYAAN USAHA PA'BALU BAU DI DESA UJUNG LABUANG KABUPATEN PINRANG (ANALISIS EKONOMI ISLAM)**”.

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan untuk semestinya.

Kassipute, 24 Januari 2023
 Kepala Desa Ujung Labuang



BIODATA



Mirdayanti adalah nama penulis skripsi ini. Penulis lahir sebagai anak kedelapan dari sembilan bersaudara, dari pasangan Mudaris dan Raoda. Penulis lahir di Desa Ujung Labuang Kassipute. 12 November 1999 dan berdomisili Desa Ujung Labuang Dusun Kassiepute Desa Ujung Labuang Kecamatan Suppa Kabupate Pinrang. Penulis Menempuh pendidikan dimulai dari SDN 182 Suppa pada tahun 2006, melanjutkan ke SMPN 3 Suppa pada tahun 2012, kemudian SMKN 7 Pinrang pada tahun 2015, melanjutkan ke perguruan tinggi institut agama islam negeri (IAIN) parepare pada tahun 2018 hingga akhirnya menempuh masa kuliah di program studi Ekonomi Syariah, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Dengan ketekunan, kesabaran, dan motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif kepada dunia pendidikan khususnya ilmu ekonomi.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Tinjuan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Usaha “Pa’balu bau” di Desa Ujung Labuang”.