

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### **A. Strategi perdagangan ikan laut dalam manage resiko kerugian menurut ekonomi islam pada UD. Lancar Jaya Bandung Tulungagung.**

Dalam bab ini akan disajikan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian, sehingga pada uraian pembahasan ini, peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dengan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Langkah awal dari penelitian ini adalah penelitian mewawancarai Bapak H. Lamji selaku pemilik UD. Lancar Jaya Bandung Tulungagung. Bapak Ahmad Mudakir selaku pemilik UD. Lancar Jaya Bandung Tulungagung. Ibu Sumini selaku yang bertanggung jawab di bagian pemasaran pada UD. Lancar Jaya Bandung Tulungagung, Bapak Yudha setiawan selaku yang bertanggung jawab di bagian produksi pada UD. Lancar Jaya Bandung Tulungagung. Ibu Nurul Anita selaku yang bertanggung jawab di bagian keuangan pada UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung, serta para karyawan dan konsumen di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung terkait manage resiko kerugian yang ada pada UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung.

Setelah mendapat data dari hasil wawancara tersebut, penelitian akan melakukan analisis tentang strategi perdagangan ikan laut dalam manage resiko kerugian. Uraian hasil wawancara tersebut adalah strategi dagang, manage resiko dan resiko kerugian yang terdapat di

UD. Lancar Jaya Bandung Tulungagung. setelah analisis strategi perdagangan dilakukan, UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung memiliki beberapa strategi perdagangan yang dapat diterapkan sebagai berikut :

1. kekuatan yang di miliki di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung

untuk mengambil peluang yang ada, strategi kekuatan pada UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung yaitu untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan pelayanan guna mempertahankan pelanggan, dan melakukan kerjasama yang baik antara pemilik dan karyawan dengan pemasok, serta pemilik dan karyawan dengan pelanggan.

2. Strategi kelemahan merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan – kelemahan yang ada di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung untuk memanfaatkan peluang yang ada, yaitu Meningkatkan kerjasama antara pemilik usaha dengan pemilik usaha lainya dalam hal pengelolaan penyimpanan ikan laut. Serta meningkatkan dan memberikan pengarahan kepada seluruh karyawan khususnya bagian keuangan dalam mengatur operasional usaha khususnya dalam manajemen keuangan.

3. Strategi ST merupakan strategi yang diterapkan berdasarkan kekuatan yang ada di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung untuk menghindari ancaman yang ada, antara lain menjaga

kualitas ikan agar tidak kalah dalam bersaing, memperluas wilayah jangkauan pemasaran, serta bersaing dengan harga yang kompetitif.

4. Strategi WT merupakan strategi yang diterapkan berdasarkan untuk meminimalisir kelemahan yang ada di UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung untuk menghindari ancaman yang ada, antara lain melakukan pengarahan kepada pelaku usaha dalam hal pengelolaan produk dan manajemen operasional serta meningkatkan dan selalu memprioritaskan pelanggan setia.

**B. Strategi manage resiko kerugian yang tepat dalam perdagangan ikan laut di UD. Lancar Jaya Bandung Tulungagung.**

Dari hasil wawancara yang telah diolah, di ketahui bahwa UD. Lancar Jaya Bandung Tulungagung dapat mengatasi resiko – resiko kerugian dengan menyusun strategi yang tepat agar dapat meminimalisir kerugian. Strategi yang di gunakan oleh UD. Lancar Jaya Bandung Tulungagung adalah mendapatkan peluang yang tepat untuk memasukkan ikan – ikan itu ke pasar yang lebih tepat. Perusahaan dapat menggunakan kekuatannya untuk memanfaatkan peluang yang ada, jika perusahaan memiliki kelemahan, perusahaan tersebut akan berusaha mengatasi dan membuat menjadi kekuatan, dan ketika perusahaan menghadapi ancaman, maka perusahaan akan menghindarinya dan focus pada peluang yang ada.<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup> Fred R David, *Manajemen Strategis : Konsep – konsep...*, hlm. 288

Karena pada dasarnya resiko kerugian itu bersifat tidak pasti, pernyataan tersebut di perkuat oleh H. Abbas Salim di dalam bukunya “Asuransi dan Manajemen Resiko” mengatakan bahwa resiko adalah ketidakpastian atau uncertainly yang mungkin melahirkan kerugian.<sup>73</sup>

Secara garis besar ketidakpastian dapat diklasifikasikan ke dalam:

a. Ketidak pastian ekonomi (*Economic uncertainty*),

yaitu kejadian-kejadian yang timbul sebagai akibat kondisi dan perilaku dari pelaku ekonomi, misalnya: perubahan sikap konsumen, perubahan selera konsumen, perubahan harga, perubahan teknologi, penemuan baru dan sebagainya.

b. Ketidakpastian alam (*uncertainty of nature*),

yaitu ketidakpastian yang disebabkan oleh alam, misalnya: badai, banjir, gempa bumi, kebakaran dan sebagainya c. Ketidakpastian manusia (*human uncertainty*), yaitu ketidakpastian yang disebabkan oleh perilaku manusia, seperti: peperangan, pencurian, pengelapan, pembunuhan dan sebagainya.<sup>74</sup>

Ada pun resiko kerugian yang harus di minimalisir di UD. Lancar Jaya Bandung Tulungagung adalah selalu menjaga kualitas barang yang akan di jual sehingga pelanggan tidak merasa kecewa. dari hasil wawancara penulis dengan pedagang bahwasanya apabila ikan ini telah rusak maka akan berkurang kualitasnya sehingga sedikit orang

---

<sup>73</sup> H. Abbas Salim, Asuransi dan Manajemen Resiko, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), cet ke-1h.75

<sup>74</sup> Soesino Djojosoedarso, Prinsip-prinsip Manajemen Resiko dan Asuransi, (Jakarta: Salemba Empat, 1999), cet. ke-1, h. 2

yang membelinya oleh sebab itu maka harus disesuaikan harga dengan kualitas tersebut, misalnya ikan salai apabila ikan ini patah / rusak maka kualitasnya akan berkurang, dibuang tidak ada, dijual untuk makanan ikan atau sebagainya sebanyak 8 orang atau 20 % , maksudnya yaitu ikan yang rusak ini bisa di jual kembali untuk makanan ikan atau hewan ternak lainnya.<sup>75</sup>

Jadi kesimpulannya dapat dinyatakan bahwa strategi yang dilakukan oleh pedagang apabila ikan ini rusak atau busuk maka ikan ini akan dijual dengan harga yang murah.

Biasanya untuk meminimalisir resiko kerugian tersebut tersendat oleh kendala – kendala yang ada. Kendala merupakan sebuah teori dalam ilmu manajemen bisnis untuk mencapai keuntungan melalui identifikasi terhadap kendala-kendala yang dialami perusahaan dan kemudian mencari solusi untuk mengatasi kendala tersebut.<sup>76</sup>

Dalam meningkatkan omzet penjualan UD Lancar Jaya pasti juga memiliki kendala dan juga solusi tersendiri bagi perusahaan tersebut baik dari luar maupun dari dalam, hal tersebut sesuai dengan teori dari Hansen dan Mowen yang menyatakan bahwa jenis – jenis kendala terbagi menjadi 2, yaitu *Internal constraint* yang merupakan suatu kendala yang timbul dari dalam perusahaan, dan *Eksternal constraint* yang merupakan salah satu kendala yang timbul dari luar perusahaan. Begitu pula dengan UD Lancar Jaya, adapun kendala

---

<sup>75</sup> Syafril, (Pedagang Ikan Kering Pasar Pusat), wawancara, Pekanbaru, 4 Oktober 2010

<sup>76</sup> <https://sarjanaekonomi.co.id/teori-kendala/> diakses pada tanggal 28 Februari 2020, pukul 10.20 WIB

yang di hadapi serta solusinya adalah adanya undang – undang yang melarang penggunaan bahan pengawet, dan solusi yang di ambil oleh perusahaan adalah meningkatkan sarana yang ada dan membatasi stok ikan yang melimpah, serta masih terdapat beberapa karyawan yang belum terampil, dan solusi yang diterapkan adalah melatih dan selalu mengawasi karyawan baru hingga bisa menjadi karyawan yang terampil.

Hal tersebut juga signifikan dengan penelitian dari Diwayana Putri Nasution yang meneliti tentang Identifikasi Kendala Dalam Pengembangan Usaha Kecil ( Studi Pada Usaha Rumah Makan d Kota Medan ). Bahwa ketika setiap melakukan sebuah usaha, pasti selalu ada kendala yang di alami dari dalam maupun dari luar perusahaan itu sendiri, namun jika perusahaan mampu berusaha maka akan menemukan solusi agar perusahaan tersebut dapat berkembang dengan baik Dengan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa adanya kendala yang dihadapi oleh perusahaan UD Lancar Jaya Bandung Tulungagung ini juga terdapat solusi dari kendala yang ada pada perusahaan tersebut, sehingga perusahaan mampu untuk tetap berkembang.

### **C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi yang Dilakukan Pedagang Ikan laut Dalam Manage Resiko.**

Islam sebagai agama yang ajaran-ajarannya diturunkan Allah SWT untuk umat manusia melalui Nabi Muhammad SAW berfungsi sebagai

petunjuk bagi kehidupan agar mencapai kehidupan yang sejahtera lahir dan bathin, dunia akhirat, jasmani dan rohani. Dan Islam mengatur segala aspek kehidupan, termasuk berdagang. Berdagang ini adalah salah satu aspek instrument Ekonomi islam. Secara rinci tujuan Ekonomi Islam adalah pertama, mencari kesenangan akhirat yang diridhoi allah dengan segala capital yang diberikan tuhan kepada manusia. Kedua, memperjuangkan kebutuhan hidup manusia atau dengan kata lain mencari rezeki. Dan yang ketiga, berbuat baik kepada masyarakat.<sup>77</sup>

Dalam setiap usaha dagang pasti akan mengalami yang namanya resiko, maka oleh sebab itu maka perlu adanya strategi untuk manage itu semua. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk berlaku jujur dan tidak berbuat curang, salah satu nya dalam mengatur strategi untuk manage resiko dalam usaha dagang ini. Salah satu resiko yang dihadapi dalam usaha dagang ini yaitu barang yang rusak/busuk, dan berlebih maka oleh sebab itu di dalam Ekonomi Islam strategi yang digunakan yaitu pedagang harus mengatakan dengan jujur bahwa barang yang dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang kualitas buruk, pedagang juga harus jujur dalam menakar, mengukur dan menimbang.

Resiko kedua yang dihadapi dalam usaha dagang ini yaitu sepinya pembeli maka oleh sebab itu strategi yang dianjurkan dalam Islam yaitu mempromosikan barang dagangan tersebut dengan jujur karena Allah mengharamkan segala bentuk penipuan, baik dalam masalah jual-beli,

---

<sup>77</sup> Zainal Arifin Ahmad, Dasar-dasar Ekonoomi Islam,(Jakarta: Bulan Bintang, 1997),cet. ke-1, h. 153

maupun dalam perdagangan lainnya. Seorang Muslim dituntut untuk berlaku jujur dalam seluruh urusannya, sebab keikhlasan dalam beragama, nilainya lebih tinggi dari pada seluruh usaha duniawi. Rasulullah Saw, menyatakan tawar menawar dalam mempromosikan barang dagangannya, jika mereka itu berlaku jujur dan menjelaskan (ciri dagangannya), maka mereka akan diberi barakah dalam perdagangannya itu, tetapi jika mereka berdusta dan menyembunyikan (ciri dagangannya), maka barakah dagangannya itu akan dihapus.

Resiko yang ketiga yang dihadapi dalam usaha dagang ini yaitu persaingan dalam harga maka oleh sebab itu strategi yang dianjurkan oleh Islam yaitu tetap bertahan dengan harga semula yang kita miliki, ini di buktikan oleh kaum anshar di masa Rasulullah. Ketika Nabi SAW melakukan perjalanan dagang ke Syam pada usia 25 tahun dengan membawa barang-barang dagangannya Khadijah, saingan-saingan bisnisnya bersepakat untuk "memberikan pelajaran pahit" bagi Muhammad SAW. Mereka melakukan strategi "banting harga" atau "*predatory pricing*" agar barang-barang Nabi SAW menjadi relatif lebih mahal, dengan demikian tidak laku. Menghadapi hal ini, Nabi SAW tidak serta-merta ikut-ikutan menurunkan harganya sebagai reaksi atas tindakan pesaingnya. Alih-alih, Nabi SAW tetap bertahan dengan harganya semula.

Pada awalnya barang-barang Nabi SAW memang tidak laku karena pembeli beralih ke para pesaing yang menawarkan harga yang lebih murah. Karena murahannya, barang-barang pesaing beliau cepat habis,



sedangkan barang-barang Nabi SAW masih menumpuk. Tapi rupanya permintaan terhadap barang-barang tersebut memang lebih besar dibandingkan pasokannya. Jadi, ketika barang-barang pesaing Nabi SAW sudah habis, pembeli beralih membeli kepada Nabi SAW dengan harga yang lebih tinggi. Dengan demikian, Nabi SAW mendapatkan untung besar karena profit margin-nya tetap tinggi, dan sales-nya pun tinggi.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> [www.google.com](http://www.google.com), Agrimedia-Majalah Agribisnis, Tgl 3 Desember 2010, jam 14.00