

# Robust

Research Business and Economics Studies

journal homepage: <http://ejournal.iainkendari.ac.id/robust>

---

## Prespektif Ekonomi Islam: Saluran, Kendala Dan Pendapatan Dalam Tata Niaga Udang Vanname

**Adzil Arsyi Sabana**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kendari

Email: [adzil@iainkendari.co.id](mailto:adzil@iainkendari.co.id)

---

### INFO ARTIKEL

**Article History: Received 06  
January 2023**

**1st Received in revised form  
15 February 2023**

**2st Received in revised form  
9 March 2023**

**3nd Received in revised  
form 10 April 2023**

**Available online 17 April  
2023**

Kata kunci: Saluran Tataniaga,  
Pendapatan, Ekonomi Islam

---

### ABSTRACT

Tata niaga udang idealnya memberikan keuntungan bagi petambak. Ada beberapa saluran tata niaga yang ada di Desa Muara Lapao- pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka mulai dari titik usaha tambak sampai di tangan konsumen yang dapat memberikan pendapatan lebih kepada petambak. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran tataniaga udang, kendala-kendala yang dihadapi dan tingkat pendapatan dalam perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitian lapangan (field research). Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah sosiologis dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah (1) Proses Saluran Pemasaran petambak Udang di Desa Muara Lapao-Pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka ada 3 yaitu Saluran I yaitu:

petambak-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen sedangkan pada Saluran II yaitu: petambak-pedagang pengecer-konsumen dan pada Saluran III yaitu: petambak- pedagang pengumpul-konsumen. (2) Tambak Udang di Desa Muara Lapao-Pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka dari tahun ke tahun mengalami peningkatan pendapatan dengan baik, dan melalui usaha tambak ini masyarakat bekerja dalam menghidupi dan menafkahi keluarga mereka. (3) Usaha tambak udang vanname dalam tata niaga udang di Desa Muara Lapao-Pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka dalam perspektif ekonomi Islam. Diketahui bahwa prinsip yang diterapkan oleh petambak udang adalah kemaslahatan dan kepuasan

---

---

*pelanggan dengan menggunakan prinsip pemasaran Islam yaitu kesatuan (tauhid), kebolehan, keadilan, kehendak bebas, dan kerelaan.*

---

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan budidaya perikanan tambak relatif cepat dibandingkan dengan komoditas perikanan lain, hal ini ditentukan oleh empat hal, yaitu adanya daya serap pasar yang tinggi, sehingga memungkinkan keuntungan yang besar, adanya margin usaha yang besar, dikuasainya teknologi pembenihan dan berkembangnya industri dan sarana produksi lain, sehingga pengadaan sarana produksi dapat relatif tepat harga, tepat waktu, tepat jumlah, dan tepat mutu, serta adanya kesesuaian sumberdaya alam di Indonesia (Supito, 2019)

Wilayah pesisir dan lautan mempunyai peran yang penting sebagai sumber penghidupan bagi penduduk Indonesia. Kedua wilayah ini diperkirakan menjadi tumpuan bagi pembangunan bangsa Indonesia di masa depan. Hal ini disebabkan, oleh sebagian besar wilayah Indonesia merupakan wilayah pesisir dan laut yang memiliki berbagai sumber daya serta jasa lingkungan yang beragam. Ada beberapa sumber daya alam pesisir yang dapat dikelola dan dikembangkan, diantaranya sumber daya perikanan yang mencakup sumber daya perikanan tangkap dan perikanan budidaya. Perikanan budidaya meliputi budidaya payau, pantai dan laut. Semakin menurunnya produksi yang dihasilkan oleh perikanan tangkap, maka usaha pemanfaatan lahan tambak, khususnya budidaya air payau (tambak udang) sangat diharapkan mampu menopang target jumlah produksi nasional perikanan di Indonesia.

Di Indonesia budidaya udang sudah lama dilakukan oleh para petani tambak. Udang merupakan komoditas primadona dalam bidang perikanan yang dapat meningkatkan devisa negara melalui ekspor komoditas perikanan. Tingginya permintaan udang didalam dan diluar negeri menjadikan Indonesia sebagai pengirim udang terbesar di dunia. Indonesia mempunyai luas wilayah serta adanya sumber daya alam yang mendukung untuk dapat mengembangkan usaha budidaya udang (Yasin & Azis, 2022).

Udang merupakan salah satu bahan makanan sumber protein hewani bermutu tinggi yang sangat digemari oleh konsumen dalam negeri maupun luar negeri. Salah satu jenis udang yang merupakan primadona komoditas ekspor non-migas dari sektor perikanan adalah udang windu (*Penaeus Monodon*). Komoditas perikanan ini merupakan salah satu produk ekspor Indonesia dengan Negara tujuan utama adalah Jepang, Eropa, dan Amerika Serikat (Rahmitasari, 2018)

Permintaan akan konsumsi masyarakat akan udang di Indonesia meningkat dikarenakan udang merupakan salah satu makanan yang mengandung gizi tinggi dan unsur yodium yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan fisik dan mental dan udang juga mengandung protein dalam jumlah besar, kandungan gizi udang seperti Energi, Protein, Lemak, Karbohidrat, Kalsium, Fosfor, Zat besi, Vitamin A, Vitamin B, Vitamin C dan Air. Sehingga makanan yang olahan dari udang bermanfaat dan sehat bagi tubuh manusia (Suprapti, 2008)

Risiko yang sering dihadapi petambak udang adalah risiko harga, risiko produksi, dan risiko pendapatan yang saling berkaitan. Risiko harga dilihat dari harga pasaran udang yang tidak sesuai dengan produksi udang yang dipanen, sehingga tidak dapat menutup biaya operasional yang telah dikeluarkan selama masa budidaya. Pada risiko produksi, petani atau

petambak tidak dapat menentukan jumlah pasti output yang dapat dihasilkan dalam satu kali proses produksi pada saat awal perencanaan.

Udang yang potensial dan merupakan komoditas unggulan di sektor perikanan ini, sebagian besar petambak di Desa Muara Lapao-pao masih menggunakan tambak tradisional yang dibangun pada lahan pasang surut dekat rawa hutan bakau, sehingga sangat rentan dengan penyebaran virus dan penyakit yang tidak jarang menyebabkan kematian pada udang tersebut. Sementara tingginya permintaan udang berbanding terbalik dengan penerimaan yang diterima oleh petambak.

Di Desa Muara Lapao-pao banyak masyarakat yang bergantung pada hasil kelola tambak udang, dalam pengelolaan tambak udang mereka rela mengeluarkan modal besar untuk membeli bibit yang unggul perusahaan demi mendapatkan keuntungan. Mereka memilih udang untuk dibudidayakan karena udang memiliki nilai yang cukup tinggi, sistem pengelolaan yang cukup singkat dan tidak membutuhkan modal yang cukup besar.

Proses tata niaga yang dilakukan oleh petambak di Desa Muara Lapao-pao, ialah menjual udang mereka ke para penampung yang ada di desa. Kemudian mengenai harga, petambak hanya menerima harga yang telah ditentukan oleh pengepul, karena harga udang tergantung dari berat dan jumlahnya. Sehingga keuntungan yang diperoleh petambak udang kurang maksimal serta tidak ada jaminan atau kepastian mengenai harga yang ditetapkan oleh penampung serta harganya bervariasi dari berbagai saluran distribusi dan memberikan keuntungan yg berbeda beda di tingkat petambak.

Dalam konsep ekonomi islam, individu maupun kelompok usaha disatu sisi diberi kebebasan mencari keuntungan sebesar-besarnya. Namun disisi lain harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. seluruh proses baik proses penciptaan, penawaran, maupun perubahan harga, tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip Islam agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Sehingga dalam penyimpangan prinsip ekonomi islam tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses maka bentuk transaksi apapun dalam tataniaga atau pemasaran syariah dapat dibolehkan (Sabana & Kalsum, 2020)

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori Tata Niaga**

Kata tata niaga dan pemasaran (Asmarantaka et al., 2017) sering digunakan secara bergantian karena pada dasarnya memiliki makna yang sama. Dalam bahasa Inggris kedua kata tersebut berasal dari kata yang sama yaitu marketing. Sehingga tataniaga maupun pemasaran sama-sama memiliki tujuan dalam menyalurkan (aliran) barang maupun jasa hasil produksi dari produsen kepada konsumen akhir yang terdiri dari beberapa serangkaian kegiatan bisnis.

Tataniaga merupakan serangkaian proses kegiatan atau aktivitas yang ditujukan untuk menyalurkan barang- barang atau jasa-jasa dari titik produsen ke konsumen. Oleh sebab itu, maka dapat diintisarikan bahwa tataniaga merupakan segala kegiatan yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik barang- barang hasil penambak dari tangan produsen ke tangan konsumen termasuk di dalamnya kegiatan-kegiatan yang dilakukan para pelaku-pelaku tataniaga.

Dalam praktik tataniaga udang terdapat banyak pihak yang terlibat karena pada umumnya petani tidak menjual langsung produk yang dihasilkannya kepada konsumen akhir. Pihak yang terlibat disini yaitu perantara yang berperan dalam menyalurkan produk maupun

memberikan perlakuan khusus terhadap produk dan mengalirkannya hingga konsumen akhir. Pihak-pihak yang terlibat dalam tataniaga disebut dengan lembaga tataniaga.

### **Teori Pendapatan**

Menurut (Sukirno, 2013) pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan ataupun tahunan. Beberapa klasifikasi pendapatan menurut Sukirno yaitu:

- a. Pendapatan pribadi
- b. Pendapatan disposibel
- c. Pendapatan Keluarga

Pendapatan dengan definisi yang lebih luas menurut (Husain Insawan, Adzil Arsyi Sabana, 2021) merupakan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri yang dapat dipakai untuk konsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan dengan nama dan bentuk apapun. Pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang bingung mengenai istilah pendapatan.

Hal ini disebabkan pendapatan dapat diartikan sebagai revenue dan dapat juga diartikan sebagai income, maka income dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata revenue sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan. Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Dalam buku (Mardiasmo & others, 2021) pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual. Pendapatan adalah aliran masuk aktiva atau pengurangan utang yang diperoleh dari hasil penyerahan barang atau jasa kepada para pelanggan. Pendapatan adalah kenaikan modal perusahaan akibat penjualan produk perusahaan. Arus masuk aktiva atau peningkatan lainnya atas aktiva atau penyelesaian kewajiban entitas (atau kombinasi dari keduanya) dari pengirim barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan.

### **Prinsip Tataniaga Dalam Ekonomi Islam**

Tujuan prinsip tataniaga adalah mashlahah (kemashlahatan) bagi umat manusia, yaitu dengan mengusahakan segala aktivitas demi tercapainya hal-hal yang berakibat pada adanya kemashlahatan bagi manusia atau dengan mengusahakan aktivitas yang secara langsung dapat merealisasikan kemashlahatan itu sendiri. Dalam ekonomi Islam, berbagai jenis sumberdaya dipandang sebagai pemberian atau titipan Allah SWT kepada manusia. Jadi manusia harus memanfaatkan seefisien dan seoptimal mungkin guna memenuhi kesejahteraan untuk dirinya sendiri dan untuk orang lain (Mulu & Saleh, 2017)

Islam telah mengatur bahwa interaksi ekonomi dalam suatu bisnis atau perdagangan tidak dapat mengabaikan dari nilai-nilai dasar yang terkandung dan ditetapkan dalam al-Quran dan Hadis serta referensi-referensi hukum Islam lainnya, seperti halnya ekonomi konvensional

yang mengatur bagaimana mengatur pendapatan dan pengeluaran yang bersifat material dan non material dalam hal memenuhi kebutuhan manusia. (Sabana & Kalsum, 2020)

Ekonomi Islam meletakkan tujuan manusia dalam melakukan produksi sampai pada distribusi dan konsumsi adalah bagaimana meningkatkan kemaslahatan (Husain Insawan, Adzil Arsyi Sabana, 2021). Islam tidak menghalangi pemeluknya untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan bisnis, namun usaha yang mendapatkan keuntungan harus diperoleh dalam ruang lingkup batasan-batasan yang telah digariskan oleh sumber-sumber dalam Islam yang meliputi Al-Qur'an, hadis, ijma' dan qiyas.

Dalam Islam keunggulan yang hakiki adalah apabila kita dapat meraih keuntungan dunia disertai dengan ridha Allah Swt. atas hasil usaha yang maksimal sesuai dengan syariah serta keberkahan di dunia dan akhirat. Menurut Ismanto, prinsip-prinsip bisnis pemasaran dalam Islam meliputi:

1) Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Prinsip ini adalah prinsip utama. Kegiatan apa pun yang dilakukan manusia harus didasarkan pada nilai-nilai tauhid. Prinsip ini akan melahirkan tekad bagi pelaku bisnis atau pemasaran untuk tidak Prinsip ini juga tidak melakukan praktik bisnis yang terlarang karena takut akan pengawasan Allah dan menghindari sifat serakah dan gemar melakukan penimbunan karena kekayaan adalah amanah Allah dan hanya milik Allah Swt. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al- Jumu'ah ayat 10: Terjemahan :”Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.

2) Prinsip Kebolehan (Ibadah)

Prinsip ini memberikan kebebasan bagi pelaku pemasaran untuk melakukan kegiatan bisnis apapun, kecuali jika terdapat dalil yang secara tegas melarang. Prinsip ini berhubungan dengan kehalalan dalam melakukan transaksi baik secara proses maupun objek yang ditransaksikan. Dalam prinsip ini dinamisasi kebutuhan manusia diakomodir. Manusia sebagai pelaku bisnis diberikan kebebasan untuk melakukan aktivitas bisnis dan berhubungan antara satu dengan yang lain. (Mughtar, 2018) Namun demikian perlu diketahui bahwa apapun bentuk transaksinya pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam kecuali ada dalil syar'ii yang secara tegas melarangnya. Sebagaimana firman-Nya dalam (QS. Al- Baqarah: 168) Terjemahan :”Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

3) Prinsip Keadilan (Al-Adl)

Keadilan menekankan pada pemahaman tentang memperoleh sesuatu sesuai dengan haknya. Oleh karena itu, transaksi yang dilakukan untuk memenuhi rasa keadilan harus transparan, jujur, wajar dan tidak berlebihan. Dengan prinsip keadilan maka keseimbangan akan terwujud dan keseimbangan ini merupakan landasan dasar dalam mengembangkan harta melalui kegiatan pemasaran. Keseimbangan akan melahirkan harmonisasi dalam sirkulasi harta. Harta tidak menumpuk pada salah satu pihak saja. Justru harta akan didistribusikan secara merata sesuai dengan proporsinya sehingga dapat menjadi media untuk menuju penyempurnaan jiwa. Sebagaimana firman-Nya dalam (QS. An- Nisa [4]:58.) Terjemahan:”Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya

kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.

#### 4) Prinsip Kehendak Bebas (Al-Hurriyah)

Kehendak bebas dalam Islam adalah kebebasan yang dibatasi oleh keadilan. Kebebasan dalam Islam adalah kebebasan yang terbatas, terkendali, dan terikat oleh aturan yang ditentukan oleh Allah. Karena pada dasarnya manusia ketikan melakukan kegiatan bisnis selalu memunculkan tabiat buruk yaitu selalu ingin menguasai dan bertentangan dengan ketentuan Allah. Adanya aturan Allah supaya dalam kehidupan ini tercipta keseimbangan diberbagai aspek. Sebagaimana firman-Nya dalam QS. Al- Kahfi [18]:29) Terjemahnya : “Dan Katakanlah "Kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu; Maka Barang siapa yang ingin (beriman) hendaklah ia beriman, dan Barangsiapa yang ingin (kafir) Biarlah ia kafir". Sesungguhnya Kami telah sediakan bagi orang orang zalim itu neraka, yang gejolaknya mengepung mereka. dan jika mereka meminta minum, niscaya mereka akan diberi minum dengan air seperti besi yang mendidih yang menghanguskan muka. Itulah minuman yang paling buruk dan tempat istirahat yang paling jelek.

### 3. METODOLOGI

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan sosiologis dan ekonomis. Pendekatan sosiologis dilakukan dalam rangka menjalin komunikasi dan menumbuhkan partisipasi masyarakat serta menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan aspek hubungan sosial masyarakat untuk menganalisa transaksi yang terjadi di lingkungan penelitian. (Anshori & Iswati, 2019). Ada beberapa teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:1) Observasi 2) Wawancara (interview) 3) Dokumentasi

#### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu secara simultan artinya peneliti melakukan pengumpulan data dan menganalisis data yang diperoleh di lapangan.

Terdapat tiga tahapan dalam menganalisis data dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut: 1. Reduksi Data (*Data Reduction*) 2. Penyajian Data (*Data Display*) 3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conlusion Drawing/Verification*)

#### **Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan metode triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu. Melalui tiga jenis triangulasi tersebut kita dapat mengetahui apakah sumber data yang diperoleh valid atau tidak.

1. Triangulasi Sumber,
2. Triangulasi Teknik,
3. Triangulasi Waktu

### 4. HASIL PENELITIAN

#### **Saluran Tata Niaga Uang di Desa Muara Lapao-pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka**

Berdasarkan hasil uraian penelitian saluran tataniaga di Desa Muara Lapao- pao terdapat 3 saluran pemasaran yang melibatkan beberapa elemen diantaranya petambak, pedagang pengepul, pedagang pengecer, dan konsumen.

Saluran distribusi tataniaga adalah kegiatan pemasaran yang bertujuan menciptakan nilai tambah produk melalui fungsi pemasaran dengan menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan atau menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen yang digunakan sesuai

keperluan (jenis, jumlah, harga, tempat dan waktu). Proses ini memperlancar arus pemasaran secara fisik dan non fisik. Saluran distribusi merupakan serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. (Kotler, 1997)

Proses Saluran Pemasaran petambak Udang di Desa Muara Lapao-Pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka ada 3 yaitu

Saluran I yaitu: petambak-pedagang pengumpul - pedagang pengecer – consume.

Saluran II yaitu: petambak - pedagang pengecer - konsumen dan pada.

Saluran III yaitu; petambak - pedagang pengumpul - konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan petani tambak dan penadah, maka jual beli hasil panen udang vanname yaitu pertama penambak mengantarkan ke tempat penadah udang untuk dijual di pasar atau dibawah ke tempat yang lain untuk dijual, dan penentuan harga berdasarkan besar udang itu sendiri.

Sedangkan data hasil observasi peneliti dilapangan Saluran tataniaga I adalah yang terbesar dibandingkan dengan saluran II dan saluran III, Pada saluran tataniaga II, selisih pemasaran pada saluran II lebih besar dibandingkan dengan saluran III dan saluran tataniaga III adalah yang terkecil dibandingkan saluran lainnya.

Pada proses jual beli, ada beberapa hal yang dilarang agar tidak merugikan salah satu pihak ataupun kedua belah pihak. Para penambak terkadang merasa dirugikan oleh beberapa hal yang dilakukan oleh penadah. Pada dasarnya, prinsip-prinsip jual beli yaitu:

#### 1. Kejujuran

Ini adalah konsep yang membuat ketenangan hati bagi orang yang melaksanakannya. Kejujuran yang ada pada diri seseorang membuat orang lain senang berteman dan berhubungan dengan dia. Di dalam usaha pemupukan relasi sangat mutlak diperlukan, sebab relasi ini sangat membantu kemajuan usaha jangka panjang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak penambak, mendapatkan kesimpulan bahwa bentuk jual beli antara penambak dan penadah telah memahami perubahan harga karena adanya sikap terbuka. Apabila dalam barang dagangan terdapat kerusakan dan penjual tidak memberi penjelasan kepada penadah, maka penjual telah melakukan pelanggaran. Serta data hasil observasi peneliti dilapangan ialah memberikan hak kepada penadah untuk mengembalikan barang ketika ditemukan kerusakan yang dapat mengurangi nilai intrinsik sebuah komoditas, serta memberikan kebebasan dalam memilih.

#### 2. Takaran dan timbangan

Takaran adalah alat yang digunakan untuk menakar. Dalam aktifitas bisnis, takaran biasanya dipakai untuk mengukur satuan dasar ukuran isi barang cair, sedangkan timbangan digunakan untuk mengukur satuan berat. Pada kegiatan jual beli hasil panen budidaya udang vanname, takaran menjadi patokan dalam penentuan harga. Mengenai permasalahan takaran dalam timbangan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak penambak, mendapatkan kesimpulan bahwa takaran menjadi patokan dalam penentuan harga karena semacam ini telah merampas hak orang lain. Selain itu, ini juga menimbulkan dampak yang sangat buruk dalam dunia perdagangan yaitu timbulnya ketidakpercayaan penadah terhadap pedagang yang curang. Adanya kecurangan dalam menakar dan menimbang terjadi karena ketidakjujuran, yang

didorong oleh keinginan mendapat keuntungan yang lebih besar tanpa peduli dengan kerugian orang lain.

### 3. Adanya Hak Pilih

Pada proses hak pilih disini, pihak petambak merasa kurangnya hak pilih karena keterbatasan pemilihan. Hal ini dikarenakan para nelayan memikirkan jauhnya tempat, biaya transportasi, masalah timbangan yang berbeda ditiap para penadah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak penambak, mendapatkan kesimpulan bahwa dalam proses jual beli dibarengi dengan adanya hak pilih. Hal ini di maksudkan agar kedua belah pihak mendapatkan kepuasan dalam transaksi jual beli. Sedangkan data hasil observasi peneliti dilapangan ialah mengenai penerapan dalam menjual hasil panen adalah terlaksana sesuai kepuasan penambak. Hal ini dikarenakan tidak ada unsur pemaksaan atau pembatasan hak bagi pihak penambak untuk menjual hasil panennya kepada siapa.

### **Tingkat Pendapatan Penambak Udang Desa Muara Lapao-pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka**

Menurut (Sukirno, 2013) pendapatan dapat dihitung melalui tiga cara yaitu: (1) Pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai pengeluaran atau pembelanjaan atas barang dan jasa. (2) Pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai barang dan jasa yang dihasilkan. (3) Pendapatan dihitung dengan menjumlahkan seluruh pendapatan yang diterima.

Kriteria pendapatan dalam hal ini dapat dinilai dari jumlah pemasukan yaitu penjualan hasil panen yang telah dikurang dengan biaya produksi tambak udang vanname. Untuk mengetahui tingkat kesejahteraan ekonomi petani tambak udang vanname dapat diukur dengan menggunakan jumlah UMR saat ini khususnya di Kabupaten Kolaka, apakah pendapatan yang diterima oleh petani tambak udang vanname tersebut di atas jumlah UMR atau dibawah jumlah UMR.

Berdasarkan dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa rata-rata penghasilan para petani tambak udang vanname di Desa Muara Lapao-pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka untuk satu kali panen (kurang lebih selama dua bulan) mencapai Rp.5.000.000–20.000.000 juta, sedangkan jika pendapatan yang diterima dihitung dalam setahun bisa mencapai Rp.15.000.000-80.000.000 juta, dalam setahun tersebut para petani tambak dapat memanen udang vanname sebanyak 3-4 kali. Dan jika pendapatan yang diterima oleh petani tambak dihitung dalam satu bulan, yang dapat diterima sebanyak Rp.1.250.000-6.000.000 juta.

Sedangkan hasil observasi peneliti dilapangan hal tersebut dapat diketahui bahwa dari sebanyak 15 orang terdapat 10 orang yang memiliki tingkat ekonomi yang cukup baik, karena jumlah pendapatan yang diterima oleh petani tambak tersebut di atas jumlah UMR saat ini khususnya di Kabupaten Kolaka (yaitu Rp.2.710.595) sedangkan pendapatan yang diterima perorang sisanya berada dibawah UMR hal tersebut dikarenakan ia sebagai pekerja jadi pendapatan yang diterimanya dibagi 2 dengan pemilik tambak yang ia kerja. Selain itu, Pendapatan yang diterima oleh petani tambak udang vanname tidak semua digunakan untuk membelanjakan kebutuhan sehari-hari, mereka juga menyimpan sebagian pendapatannya untuk ditabung dan digunakan sebagai modal yaitu membeli benih udang vanname atau untuk keperluan mendadak lainnya.

## **Tata Niaga Udang dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Muara Lapao- pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka**

Tata Niaga adalah aspek penting dalam sebuah praktik bisnis. Pelaku tataniaga menggunakan berbagai alat untuk mendukung programnya demi memperoleh respon dari pasar sasarannya. Alat inilah yang kemudian disebut dengan bauran tataniaga (*marketing mix*). Bauran tataniaga atau yang lebih dikenal dengan istilah *marketing mix* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kombinasi taktik yang digunakan dalam konteks bisnis untuk mencapai tujuannya dalam rangka memasarkan produk atau jasa secara efektif kepada kelompok pelanggan sasaran. Keputusan yang didasarkan pada bauran pemasaran sangat penting untuk keberhasilan program tataniaga bagi penjualan.

Resiko dalam usaha tidak dapat dihilangkan tetapi dapat diminimalisir dengan perencanaan yang baik untuk mendapatkan solusi dalam penyelesaiannya. Kendala itu sendiri digunakan sebagai acuan atau pembaruan dalam kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, perencanaan strategi pemasaran yang baik dapat membantu dalam menyelesaikan kendala dalam kegiatan usaha tersebut.

Tujuan prinsip tataniaga adalah *mashlahah* (kemashlahatan) bagi umat manusia, yaitu dengan mengusahakan segala aktivitas demi tercapainya hal-hal yang berakibat pada adanya kemashlahatan bagi manusia atau dengan mengusahakan aktivitas yang secara langsung dapat merealisasikan kemashlahatan itu sendiri. Dalam ekonomi Islam, berbagai jenis sumberdaya dipandang sebagai pemberian atau titipan Allah SWT kepada manusia. Jadi manusia harus memanfaatkan seefisien dan seoptimal mungkin guna memenuhi kesejahteraan untuk dirinya sendiri dan untuk orang lain (Mulu & Saleh, 2017) Ekonomi Islam meletakkan manusia sebagai khalifah di muka bumi dan dilangit adalah diperuntukkan untuk manusia. Islam menganjurkan umatnya untuk memproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi berupa pertanian, pekerbunan, perikanan, perindustrian dan perdagangan. Islam memberkati pekerjaan di dunia ini dan menjadikannya bagian daripada ibadah dan jihad (Saleh,2018:80).

Komunikasi yang kontinu yaitu proaktif membina rangkaian jaringan bisnis melalui pemasaran produk atau jasa yang dapat berkesan pada pelanggan (loyalitas pelanggan). Pada prinsipnya praktik pemasaran menuntut pada pihak yang terlibat untuk lebih inovatif dalam mengeluarkan produk-produk yang dapat memenuhi keperluan konsumen dan menjamin ke *maslahatan* bagi mereka. Dalam kaidah Islam pemasaran yang baik adalah praktik pemasaran yang dilandasi oleh kaidah dan nilai-nilai Islam serta tidak bertentangan dengan sumber hukum Islam. Makna *transcendental* dalam Islam, pemasaran yang baik adalah pemasaran yang dilakukan oleh pelakunya dengan berpegang teguh pada syariat Islam.

Islam tidak menghalangi pemeluknya untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan bisnis, namun usaha yang mendapatkan keuntungan harus diperoleh dalam ruang lingkup batasan-batasan yang telah digariskan oleh sumber-sumber dalam Islam yang meliputi Al-Qur'an, hadis, ijma' dan qiyas. Dalam Islam keunggulan yang hakiki adalah apabila kita dapat meraih keuntungan dunia disertai dengan ridha Allah Swt. atas hasil usaha yang maksimal sesuai dengan syariah serta keberkahan di dunia dan akhirat.

Menurut Ismanto, kaidah Islam dalam tataniaga yang baik adalah praktik tataniaga yang dilandasi oleh kaidah dan nilai-nilai Islam serta tidak bertentangan dengan sumber hukum Islam. Dalam praktik pemasaran yang diterapkan oleh usaha penambak udang dengan berdasarkan prinsip ekonomi Islam. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil penyajian data yang

dipaparkan di atas dan berdasarkan observasi penulis. Dari hasil observasi, diketahui bahwa prinsip yang diterapkan oleh petambak udang adalah kemaslahatan dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan prinsip pemasaran Islam yaitu kesatuan (*tauhid*), kebolehan, keadilan, dan kehendak bebas.

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. Kesatuan (*Tauhid*)

Islam tidak menghalangi pemeluknya untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan bisnis, namun usaha yang mendapatkan keuntungan harus diperoleh dalam ruang lingkup dan batasan-batasan yang telah digariskan oleh sumber-sumber dalam Islam yang meliputi Al-Qur'an, hadis, ijma' dan qiyas. Semua individu yang terlibat langsung dalam praktik bisnis memikul tanggung jawab yang besar untuk memperkenalkan dan menyebarkan sistem usaha yang berprinsip Islam kepada seluruh lapisan masyarakat. Dengan demikian, niat yang lurus perlu ditanamkan kedalam hati agar semua tugas yang dijalankan mempunyai nilai ibadah di sisi Allah Swt.

Hasil wawancara dengan pihak penambak, mendapatkan kesimpulan bahwa prinsip ini juga sudah diterapkan oleh usaha budidaya udang di Desa Muara Lapao-pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka seperti penjelasan sebelumnya, menentukan harga kepada konsumen sesuai dengan kualitas hasil budidaya udang yang dipasarkan agar saling menguntungkan dan tidak merugikan orang lain.

Berdasarkan dari hasil data observasi yang peneliti temukan dilapangan bahwa seluruh narasumber dalam bekerja dan mencari rezeki dilakukan dengan cara yang halal, dan untuk mendapatkan suatu barang atau kepemilikan selalu dilakukan melalui transaksi jual beli salam dan sebagainya serta selalu menjaga diri dari melakukan penipuan dan spekulatif. Selain itu, hal ini juga berhubungan terhadap indikator tataniaga yaitu pendapatan di mana dalam memperoleh pendapatan dilakukan dengan cara bekerja atau mencari rezeki yang halal serta jangan menjaga ibadah. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah (Al-Jumu'ah ayat 10) Terjemahnya: "apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak- banyak supaya kamu beruntung.

Ayat di atas menjelaskan bahwa setelah melaksanakan shalat kita bisa kembali bekerja untuk mencari rezeki. Ayat ini juga mengingatkan umat manusia untuk menghindari kecurangan, penyelewengan, dan kelakuan tidak bermoral lainnya dalam mencari rezeki. Dengan pekerjaan yang halal akan membuat hidup lebih tenang dan damai, untuk itu diwajibkan kepada umat muslim untuk selalu menyertakan Allah dalam mencari rezeki.

b. Kebolehan (*Ibahah*)

Kualitas yang akan dipasarkan itu juga harus mendapat persetujuan bersama antara kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli tersebut. Produk merupakan barang yang dipasarkan untuk memenuhi permintaan konsumen.

Berdasarkan dari hasil data observasi yang peneliti temukan dilapangan bahwa usaha yang dihasilkan oleh penambak ialah hasil yang dengan kualitas yang baik serta bermutu sesuai dengan syariat islam dan membeli kebutuhan tambak seperti benih, pakan, pupuk, dll diperoleh dengan menggunakan transaksi jual beli dalam islam. Selain itu, hal ini juga berhubungan terhadap indikator tataniaga yaitu pertukaran di mana dalam memperoleh pertukaran dilakukan dengan cara memberi izin kepada pembeli untuk memeriksa dan meneliti produk sebelum yang kita pasarkan agar sesuai dengan kualitas yang dijual.

Hasil wawancara diketahui bahwa usaha yang dihasilkan oleh penambak udang di Desa Muara Lapao-pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka selaku sudah memberikan hasil yang halal dengan kualitas yang baik serta bermutu sesuai dengan keinginan pembeli itu sendiri. Sebagaimana sudah diterapkan dengan baik oleh usaha budidaya udang di Desa Muara Lapao-pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka. Sebagaimana firman-Nya dalam QS. Al-Baqarah[2]: 168: Terjemahnya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” dalam kegiatan transaksinya. Hal tersebut dilakukan untuk mempertahankan kepercayaan para konsumen terhadap produk yang dipasarkannya.

Berdasarkan dari hasil data observasi yang peneliti temukan dilapangan bahwa bersikap adil tanpa diskriminasi, pelayanan konsumen yang harus sama dan tanpa memandang status sosial serta hubungan penambak dan konsumen harus berjalan dengan baik karena memasarkan hasil budidaya tambak perlu kepercayaan untuk menarik para konsumen serta penambak harus konsisten dengan apa yang dihasilkan. Selain itu, hal ini jga berhubungan terhadap indikator tataniaga yaitu pengangkutan di mana dalam memperoleh pengangkutan sangat

#### c. Keadilan (*Al-Adl*)

Dalam ekonomi Islam, untuk memasarkan produknya haruslah menekankan prinsip keadilan dalam memenuhi kebutuhan dari konsumen. Keadilan menekankan pada pemahaman tentang memperoleh sesuatu sesuai dengan haknya. Dalam kegiatan pemasarannya, usaha budidaya udang menerapkan prinsip keadilan tersebut dengan selalu berusaha untuk memenuhi untuk memenuhi kebutuhan dari mempengaruhi jalannya komunikasi antara penjual dan pembeli prinsip ini juga sudah diterapkan dengan baik oleh usaha budidaya udang di Desa Muara Lapao-pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka.

Hasil wawancara dengan pihak penambak, mendapatkan kesimpulan bahwa prinsip ini juga sudah diterapkan oleh usaha budidaya udang di Desa Muara Lapao-pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka seperti penjelasan sebelumnya, dimana hubungan penambak dan konsumen harus berjalan dengan baik karena memasarkan hasil budidaya tambak perlu kepercayaan untuk menarik para konsumen serta penambak harus konsisten dengan apa yang dihasilkan. Sebagaimana firman-Nya dalam QS. An-Nisa [4]:58 Terjemahnya :”Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.” para konsumen. Kebutuhan konsumen terhadap produknya yang bermacam-macam, membuat dirinya selaku sebagai penjual haruslah adil baik itu dalam pemenuhan pemesanan konsumen maupun

#### d. Kehendak Bebas (*Al-Hurriyah*)

Didalam pemenuhan janji tersebut haruslah bersikap sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan bersama, misalkan dalam yaitu pertukaran dan pendapatan prinsip ini juga diterapkan dengan baik oleh usaha budidaya udang di Desa Muara Lapao-pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka.

Hasil wawancara dengan pihak penambak, mendapatkan kesimpulan bahwa prinsip ini juga sudah diterapkan oleh usaha budidaya udang di Desa Muara Lapao-pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka seperti penjelasan sebelumnya, dimana dalam kegiatan transaksinya

diberikan hak penuh kepada konsumen untuk menentukan. Sebagaimana firman- Nya dalam QS. Al-Kahfi [18]:29 Terjemahnya “dan Katakanlah: "Kebenaran itu datangnye dari Tuhanmu; Maka Barangsiapa yang ingin (beriman) hendaklah ia beriman, dan Barangsiapa yang ingin (kafir) Biarlah ia kafir". Sesungguhnya Kami telah sediakan bagi orang orang zalim itu neraka, yang gejolaknya mengepung mereka. dan jika mereka meminta minum, niscaya mereka akan diberi minum dengan air seperti besi yang mendidih yang menghanguskan muka. Itulah minuman yang paling buruk dan tempat istirahat yang paling jelek.”penentuan selanjutnya waktu pengantaran pesanan.Transaksi penjualannya pun mudah dan memberikan pelayanan dengan adanya sistem pengantaran pesanan untuk pelanggan. Penentuan waktu merupakan salah satu janji yang dilakukan konsumen dengan penjual yang mana ditetapkan berdasarkan keinginan konsumen itu sendiri, seperti pengantaran di pagi hari, sore hari, atau malam hari.

Berdasarkan dari hasil data observasi yang peneliti temukan dilapangan bahwa karena didalam Islam dalam berbisnis, tidak hanya berusaha untuk mencari keuntungan tetapi juga dapat memberikan perhatian dan bantuan kepada sesama. Pertukaran pembeli adalah yang utama, karena dengan memberikan kepuasan kepada pembeli baik itu dari hasil, pelayanan, harga dan sebagainya dapat memberikan dampak positif untuk usaha budidaya itu sendiri. Dimana dalam kegiatan transaksinya sudah sesuai syariat islam yang ditetapkan dan diberikan hak penuh kepada konsumen untuk menentukan. Selain itu, hal ini juga berhubungan terhadap indikator tataniaga

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang Tata Niaga udang dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Muara Lapao-Pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka melalui analisa terhadap data-data yang telah dikumpulkan peneliti melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut: 1) Proses Saluran Pemasaran petambak Udang di Desa Muara Lapao-Pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka ada 3 yaitu Saluran I yaitu: petambak- pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen sedangkan pada Saluran II yaitu : petambak-pedagang pengecer-konsumen dan pada Saluran III yaitu; petambak-pedagang pengumpul-konsumen. 2). Tambak Udang di Desa Muara Lapao- Pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka berada diatas UMR Kabupaten Kolaka dan melalui usaha tambak ini masyarakat bekerja dalam menghidupi dan menafkahi keluarga mereka. 3). Usaha tambak udang vanname dalam tata niaga udang di Desa Muara Lapao-Pao Kecamatan Wolo Kabupaten Kolaka dalam perspektif ekonomi Islam. Diketahui bahwa prinsip yang diterapkan oleh petambak udang adalah kemaslahatan dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan prinsip pemasaran Islam yaitu kesatuan (*tauhid*), kebolehan, keadilan dan kehendak bebas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: edisi 1*. Airlangga University Press.
- Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N. (2017). Konsep pemasaran agribisnis: pendekatan ekonomi dan manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 5(2), 151–172.
- Husain Insawan, Adzil Arsyi Sabana, A. W. M. (2021). *mikro ekonomi islam* (Tsuweba (ed.)). CV. Nakomu.
- [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=mikro+ekonomi+islam&oq](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=mikro+ekonomi+islam&oq)

=mikro+ekonomi+isl

- Kotler, P. (1997). Gary Armstrong. *Principles of Marketing*, 250.
- Mardiasmo, M. B. A., & others. (2021). *Otonomi & Manajemen Keuangan Daerah: Edisi Terbaru*. Penerbit Andi.
- Muchtar, E. H. (2018). Konsep Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah [2] Ayat 168-169 (Kajian Tematis Mencari Rezeki Halal). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(02), 156–170.
- Mulu, B., & Saleh, L. (2017). Peran Wanita Tani Atap Rumbia dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga dalam perpektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kabupaten Konawe). *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 2(1), 114–135.
- Rahmitasari, D. E. (2018). Teknik Pengelolaan Induk Udang Vaname (*Litopenaeus Vanamei* bonne). *Photosynthetica*, 2(1), 1–13. <http://link.springer.com>
- Sabana, A. A., & Kalsum, U. (2020). Analisis Implementasi Prinsip Bisnis Ala Rasulullah Oleh Groceries Stall Di Pasar Sentral Kota Kendari. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 129. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v5i1.1959>
- Sukirno, S. (2013). *Mikroekonomi teori pengantar*.
- Supito, D. A. (2019). No Title. *Balai Besar Perikanan Budidaya Air Payau Jepara*, 2. <https://kkp.go.id/djpb/bbpjapjepar/kategori/2-Artikel>
- Suprpti, N. H. (2008). Kandungan chromium pada perairan, sedimen dan kerang darah (*Anadara granosa*) di wilayah pantai sekitar muara sungai Sayung desa Morosari kabupaten Demak, Jawa Tengah. *Bioma: Berkala Ilmiah Biologi*, 10(2), 36–40.
- Yasin, M., & Azis, A. (2022). *Budidaya Udang Berwawasan Lingkungan Berbasis Religi ( Rekayasa Teknologi Untuk Meningkatkan Pendapatan Petambak Udang Tradisional Di Kabupaten Parigi Moutong ) Shrimp Cultivation With An Environmental Perspective Based On Religion ( Technological Enginee. 1(2), 68–78.*