MANAJEMEN RISIKO PADA USAHA JASA EKSPEDISI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

(Studi Kasus Ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Jurusan Ekonomi Islam

Oleh:
MAVIKA ZARMAYENTI
3214.170

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

TA 2018 M / 1439 H

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul **"MANAJEMEN RISIKO PADA USAHA JASA EKSPEDISI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi)"**. Yang disusun oleh **MAVIKA ZARMAYENTI** dengan **NIM 3214.170** telah diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi, pada hari Kamis tanggal 20 September 2018 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Bukittinggi, September 2018

Tim Penguji
Ketua

Dra Rusyaida D, M.ag
NIM. 196906091997032001

Penguji Utama

Yuwarman Mansur, SE., MM
NIP. 196203111993031002

Penguji Utama

Zuwardi, S.EI,MA
NIP. 198407232015031003

Pembimbing I

Dra Rusyaida D, M.ag
NIP. 196906091997032001

Pembimbing II

Jon Kenedi, SE., MM
NIP. 197004242009011002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Klam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Hardandi, SE., M.Si
NIP. 19621110 199903 1001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi ini atas nama **Mavika Zarmayenti NIM 3214.170** dengan judul **"MANAJEMEN RISIKO PADA USAHA JASA EKSPEDISI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (studi kasus ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi)"** memandang bahwa skripsi ini telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk disidangkan *Munaqasah*.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk di pergunakan seperlunya.

Pembimbing I

Dra Rusyaida D, M.ag
NIP. 196906091997032001

Pembimbing II

Jon Kenedi, SE., MM
NIP. 197004242009011002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama/ NIM	: Mavika Zarmayenti/ 3214.170
Tempat/ Tanggal Lahir	: Kuta Padang/ 10 November 1994
Fakultas/ Jurusan	: FEBI/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi	: Manajemen Risiko Pada Usaha Jasa Ekspedisi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi)

Menyatakan dengan sesungguhnya karya ilmiah (skripsi/tugas akhir) dengan judul di atas adalah **benar** asli karya penulis. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri. Maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 13 Juli 2018

Penulis,



Mavika Zarmaventi

NIM 3214.170



Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan maka apabila telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sesungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap (QS. Al-Insyirah: 6-8)

Alhamdulillah
Sebuah langkah usai sudah
Satu cita telah ku gapai

Namun....
Itu bukan akhir dari perjalanan
Melainkan awal dari satu perjuangan

Ibunda....
Do'a mu menjadikan ku bersemangat
Kasih sayang mu yang membuatku menjadi kuat
Hingga aku selalu bersabar
Melalui ragam cobaan yang mengejar
Kini cita-cita dan harapan telah ku gapai

Ayah.....
Petuah mu bak pelita, menuntun ku dijalan-Nya
Peluh mu bak pelita, menuntun ku dijalan-Nya
Peluh mu bagai air, menghilangkan haus dahaga
Hingga darah ku tak membeku
Dan raga ku belum berubah kaku.....

Ayahanda & Ibunda tersayang..
Kutata masa depan dengan do'a mu
Ku gapai cita dan impian dengan pengorbanan mu

Kini....

Dengan segenap kasih sayang dan diiringi Do'a
Yang tulus ku persembahkan
Karya tulis ini kepada ayahanda dan ibunda
serta saudaraku yang telah membantu dan memberikan semangat
Hingga terselesaikan tugas ini
Semoga dengan ilmu yang didapat
Akan mengantarkan penulis kepada kesuksesan
Aamiin Ya Rabbal'alamin

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya tanpa batas kepada penulis, Sha lawat dan salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pencerahan melalui pribadinya yang luhur dan agung, serta meninggalkan dua pedoman hidup menuju jalan yang diridhai oleh Allah SWT yaitu Al-Quran dan Hadits. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Manajemen Risiko Pada Usaha Jasa Ekspedisi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi)".

Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi Strata 1 untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Keberhasilan penyusunan skripsi ini juga atas bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih yang tulus tak terhingga kepada teristimewa Ayahanda **Zarmen** dan Ibunda **Rosneti** yang telah memberikan cinta kasih, membesarkan, mengasuh, mendidik, membina penulis, memberikan motivasi sehingga dapat menyusun skripsi ini, semoga Allah SWT melindungi dan memberkati beliau, beserta saudara saya **Febri Ramadhani, Mutia Novianti** dan **Sri Lastri** yang telah memberikan semangat kepada penulis.

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan serta bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, izinkan penulis mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada Bapak/ Ibu yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M.HUM** selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.
2. Bapak dan Ibu Wakil Rektor yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menambah ilmu pengetahuan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.
3. Bapak **H. Harfandi, SE, M,Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak **Yefri Joni, MA** selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang selalu memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di IAIN Bukittinggi.
5. Ibu **Dra. Rusyaida D, M.ag** selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak **Jon Kenedi, SE.,MM** selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar telah berkenan meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan hingga akhir penulisan ini.
6. Bapak **Yuwarman Mansur, SE., MM** dan Bapak **Zuwardi, S.EI, MA** sebagai penguji saya dan juga memberi arahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak **Dr. Miswardi, SH., M.Hum** selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Kepada seluruh Dosen dan Staff IAIN Bukittinggi, yang telah mendidik, membimbing, dan berbagi ilmu kepada penulis. Semoga Allah melipat gandakan semua amal kebaikan mereka.
9. Kepada Staff Perpustakaan Kampus IAIN Bukittinggi yang telah memberikan Fasilitas kepada seluruh Mahasiswa/i untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Kepada Pihak Ekspedisi CV Kita Bersama yang telah membantu dan memberi kesempatan kepada penulis dalam pengumpulan data serta telah bersedia diwawancarai oleh penulis terkait dengan penulisan ini.

Bukittinggi, Agustus 2018

Penulis

Mavika Zarmayenti
NIM. 3214.170

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh MAVIKA ZARMAYENTI, NIM 3214.170, program studi Strata-1 (S1) Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi yang berjudul **"MANAJEMEN RISIKO PADA USAHA JASA EKSPEDISI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi)"**.

Latar belakang penelitian ini adalah adanya risiko-risiko yang terjadi pada usaha ekspedisi CV Kita Bersama yang menyebabkan kerugian pada perusahaan yaitu ketidaksesuaian jumlah barang yang datang dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama, keterlambatan barang sampai dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita bersama sehingga terlambat pula pengantaran kepada konsumen, dan adanya kerusakan pada barang.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dan bersifat deskriptif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Untuk mengumpulkan data penelitian yaitu dengan melakukan wawancara dan observasi di ekspedisi CV Kita Bersama.

Setelah penulis melakukan penelitian, maka dapat dikemukakan bahwa manajemen risiko yang dilakukan adalah mengindentifikasi risiko yaitu dengan mengetahui sumber-sumber risiko yang terjadi, kemudian melakukan pengukuran risiko yaitu mengetahui dampaknya bagi perusahaan dengan adanya risiko tersebut, kemudian dilakukan pengelolan risiko yaitu dengan menyediakan fasilitas yang bagus dan memadai dalam pengangkutan barang seperti mobil angkutan yang sehat, cadangan BBM, terpal yang bagus, jumlah tenaga kerja yang cukup, tenaga kerja yang profesional serta tempat yang aman dalam penyimpanan barang seperti gudang, memperhatikan situasi perjalanan dalam proses pengangkutan barang dari Jakarta ke Bukittinggi serta mengganti barang pelanggan yang kurang dan yang mengalami kerusakan, memuat barang yang tertinggal di Jakarta dengan mobil yang datang berikutnya, meminta maaf kepada pelanggan atas keterlambatan barang. Manajemen risiko yang dilakukan pihak ekspedisi CV Kita Bersama ini sudah memenuhi kriteria etika bisnis Islami hal ini terlihat bahwa adanya kejujuran dan tanggung jawab pihak ekspedisi tehadap risiko yang terjadi yaitu tidak menyembunyikan kecacatan barang kepada konsumen walupun kecacatannya sedikit maka barang tersebut tetap diganti, begitu juga terhadap barang yang kurang jumlahnya serta meminta maaf kepada konsumen atas keterlambatan barang.

Kata kunci: Manajemen Risiko, Usaha Jasa Ekspedisi, Jumlah Pelanggan

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

KATA PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR ..... **i**

DAFTAR ISI ..... **iv**

ABSTRAK ..... **vii**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah **1**

B. Identifikasi Masalah **8**

C. Batasan dan Rumusan Masalah **8**

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian **9**

E. Penjelasan Judul **9**

F. Kajian Terdahulu **11**

G. Sistematika Penulisan **13**

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Risiko **15**

1. Pengertian Manajemen Risiko **15**

2. Pengelolaan Risiko **16**

3. Manfaat Manajemen Risiko **17**

4. Proses Manajemen Risiko. **18**

5. Kerangka Kerja Manajemen Risiko **21**

B. Usaha Jasa Ekspedisi..... **23**

1. Pengertian Jasa **23**

2. Jasa Dalam Perspektif Islam. **26**

3. Klasifikasi Jasa..... **29**

4. Karakteristik Jasa **32**

5. Kualitas Jasa..... **34**

6. Jasa Ekspedisi..... **38**

C. Pelanggan..... **42**

1. Pengertian Pelanggan **42**

2. Loyalitas Pelanggan **42**

D. Etika Bisnis Islami..... **44**

1. Pengertian Etika Bisnis Islami..... **44**

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islami..... **45**

3. Ruang Lingkup Etika Bisnis Islami..... **48**

BAB III METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian..... **49**

2. Lokasi dan Waktu Penelitian..... **49**

3. Sumber Data..... **50**

4. Unit Analisis, Objek dan Informan Penelitian **51**

5. Teknik Pengumpulan Data..... **51**

6. Teknik Analisis Data..... **52**

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan..... **54**

1. Sejarah Berdirinya Perusahaan **54**

2. Visi dan Misi Perusahaan **55**

3. Struktur Organisasi Perusahaan **55**

4. Perkembangan Perusahaan CV Kita Bersama **58**

5. Persaingan Perusahaan CV Kita Bersama **60**

B. Manajemen Risiko Pada Usaha Jasa Ekspedisi CV Kita Bersama **60**

1. Identifikasi Risiko **61**

2. Pengukuran Risiko **64**

3. Pengelolaan Risiko **66**

4. Manajemen Risiko Usaha Jasa Ekspedisi CV Kita Bersama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam **71**

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan **76**

B. Saran **77**

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Ekspedisi CV Kita Bersama Tahun 2013-2017**... 6**

Tabel 1.2 Jumlah Pendapatan Ekspedisi CV Kita Bersama Tahun 2013-2017**..58**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Maksud dan tujuan pendirian usaha jasa ekspedisi yakni untuk memberikan suatu jasa dalam proses pengiriman barang kepada konsumen dengan mendapatkan keuntungan dari usaha tersebut serta mendorong pertumbuhan ekonomi. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perlu ditetapkan suatu manajemen dalam mengelola usaha bisnis yang akan didirikan.

Setiap usaha yang didirikan mesti diperlukan manajemen dalam mencapai tujuan dari usaha itu sendiri. Namun meskipun sudah dimanajemen dengan baik, suatu perusahaan tetap dihadapkan dengan suatu ketidakpastian atau adanya suatu risiko yang timbul dalam perusahaan yang akan mengganggu jalannya aktivitas dari suatu perusahaan itu, sehingga akan menghambat tujuan dari perusahaan. Ketidakpastian adalah suatu kondisi dimana terdapat beberapa kemungkinan hasil dari suatu keputusan dan peluang dari kemungkinan-kemungkinan tersebut tidak diketahui. Hal ini terjadi karena tidak memadainya informasi yang berhubungan dengan keputusan tersebut atau ketidakstabilan dari variabel keputusan yang sangat tinggi.[1]

[1] Tedy Herlambang, *Ekonomi Manajerial dan Strategi Bersaing Edisi 1 Cetakan Pertama*, (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2002), hal 305.

Setiap hari kita menghadapi risiko, baik sebagai perorangan maupun sebagai perusahaan. Orang berusaha melindungi diri terhadap risiko, demikian pula badan usaha pun harus berusaha melindungi usahanya dari risiko. Untuk itu, agar risiko tidak menghalangi kegiatan perusahaan, seharusnyalah risiko itu dimanajemen dengan sebaik-baiknya.[2]

Sebagaimana yang terlihat dalam Al-quran surat Al-hasyr:18 yaitu:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَلۡتَنظُرۡ نَفۡسٞ مَّا قَدَّمَتۡ لِغَدٖۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرُۢ بِمَا تَعۡمَلُونَ ١٨

Artinya:

> *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat) dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

Ayat ini dijelaskan oleh Al-Maraghi, bahwasanya perhatikanlah apa yang telah kamu kerjakan untuk akhiratmu dan bermanfaat bagimu pada hari perhitungan dan pembalasan, pada hari itu setiap yang menyusui meninggalkan susuannya, dan engkau melihat manusia mabuk, namun karena bingung karena terjadinya azab Allah.[3]

Maka disini seorang muslim hendaknya mempersiapkan apa yang diperbuat untuk hari esok dengan mengetahui, mempelajari dan menganalisa risiko yang akan terjadi dengan menerapkan manajemen risiko.

---

[2]Herman Darmawi, *Manajemen Resiko Edisi Pertama Cetakan Ke 12*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 2.

[3] Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 1992), hal. 84.

Manajemen risiko sangat penting untuk kelangsungan suatu usaha atau kegiatan, supaya perusahaan tidak mengalami kerugian yang sangat besar, yang dapat menghambat, mengganggu bahkan menghancurkan kelangsungan usaha. Bahkan suatu perusahaan yang telah mengasuransikan risikonya, namun perusahaan belum terlindungi sepenuhnya dari risiko. Perusahaan asuransi hanya menanggung sebagian dari risiko yang ada. Malah sebagian besar dari risiko perusahaan, harus dihadapi sendiri dan tak bisa dipindahkan kepada perusahaan asuransi. Oleh karena itu manajemen risiko menjadi suatu keharusan adanya dalam perusahaan. Manajemen risiko merupakan suatu usaha untuk mengetahui, menganalisis, serta mengendalikan risiko dalam setiap kegiatan perusahaan, dengan tujuan untuk memperoleh efektifitas dan efisiensi yang lebih baik.[4]

Pada saat sekarang ini usaha jasa ekspedisi atau usaha jasa pengiriman barang ini sangat berkembang, karena usaha jasa pengiriman ini sangat memudahkan para konsumen dalam proses pengiriman barang, para perintis usaha inipun sekarang sudah banyak, untuk itu usaha jasa pengiriman ini memiliki banyak persaingan. Maka setiap perusahaan ini meski memberikan jasa yang baik kepada konsumen, agar konsumen merasa puas dengan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Apalagi dalam usaha jasa ekspedisi yang merupakan jasa pengiriman barang sangat diperlukan adanya suatu pelayanan yang baik kepada

[4]Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis Cetakan Keempat*, (Jakarta: Rineka cipta, 2009), hal. 328.

konsumen agar konsumen merasa puas dengan jasa yang di berikan. Dalam usaha jasa ekspedisi ini sangat diperlukan ketepatan waktu dalam pengiriman barang kepada konsumen,karena barang yang sampai kepada konsumen akan segera didayagunakan.

Tidak hanya ketepatan waktu saja yang harus dipenuhi dalam jasa pengiriman barang, para konsumen akan melihat kepada kuantitas dan kualitas barang tersebut, konsumen akan merasa puas apabila barang yang dikirim kuantitasnya cukup dan kualitas dari barangpun baik tidak mengalami kerusakan. Hal ini harus dipenuhi dalam jasa pengiriman barang supaya konsumen merasa puas dengan jasa yang diberikan.

Apalagi persaingan dari jasa pengiriman barangpun sangat banyak, para konsumen akan berlangganan dengan perusahan yang mampu memberikan jasa yang baik. Oleh karena itu perusahaan harus memberikan jasa yang maksimal kepada konsumen, karena kalau tidak para konsumen pun akan merasa kecewa dengan jasa yang diberikan serta konsumen akan berpindah kepada perusahaan jasa pengiriman yang lain. Hal ini akan berdampak juga kepada perusahaan, perusahaan akan mengalami kerugian. Karena tidak hanya langganan yang berpindah, tetapi perusahaan juga akan mengganti rugi barang yang kuantitasnya kurang sampai kepada konsumen.

Maka setiap perusahaan perlu adanya manajemen risiko dalam meminimalisir ketidakpastian dalam perusahaan, agar aktivitas perusahaan

tidak terganggu dan supaya terhindar dari kerugian, yang akan menghambat tercapainya tujuan dari perusahaan.

Permasalahan yang penulis lihat pada bisnis jasa ekspedisi CV Kita Bersama dalam pengiriman barang dari Jakarta ke ekspedisi ini yang berlokasi di Bukittinggi yaitu tepatnya jalan By Pass barang pelanggan yang dikirim dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama setelah dicek oleh bagian pengecekan ternyata barang yang dikirim dari Jakarta tersebut tidak sesuai dengan jumlah yang dinyatakan.

Dalam hal ini terjadinya ketidaksesuaian kuantitas barang dari Jakarta dengan barang yang tersedia di ekspedisi CV Kita Bersama sehingga pihak ekspedisi CV Kita Bersama harus mengganti rugi atas kekurangan barang yang dikirim dari jakarta ini. Adapun barang yang sering kurang kuantitasnya dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama ini yaitu karpet, dengan total kurangnya 1-5 potong dengan harga yang berbeda-beda, tergantung ukurannya, dengan mencapai harga 800 ribuan/ potong.

Terjadinya keterlambatan barang dari Jakarta sampai di ekspedisi CV Kita Bersama, sehingga terlambat pula pengantaran barang kepada konsumen, yaitu toko-toko yang berada di Bukittinggi, ada juga barang dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama sudah datang tepat waktu, namun pengantaran barang dari ekspedisi ini ke toko-toko yang berada di Bukittinggi masih mengalami keterlambatan. Sehingga konsumen kecewa dan kurang memiliki kepercayaan terhadap ekspedisi ini, yang berdampak pada hilangnya

keloyalan konsumen, sehingga konsumen akan berpindah ke ekspedisi lain. Secara lebih jelas jumlah pelanggan ekspedisi CV Kita Bersama dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini.

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Ekspedisi CV Kita Bersama Tahun 2013-2017

Tahun	Pelanggan di Bukitinggi	Pelanggan diluar Bukittinggi	Pelanggan baru	Pelanggan yang berpindah	Jumlah pelanggan
2013	36 Toko	-	-	-	36 Toko
2014	36 Toko	-	4 Toko	7 Toko	33 Toko
2015	33 Toko	-	-	-	33 Toko
2016	33 Toko	-	-	-	33 Toko
2017	33 Toko	3 Toko	3	7 Toko	29 Toko

Sumber: Hasil wawancara dengan Hendri, pimpinan di CV Kita Bersama, 2018.

Dari tabel 1.1 tersebut diketahui bahwa jumlah pelanggan ekspedisi CV Kita Bersama pada tahun 2013 berjumlah 36 toko yang berada di Bukittinggi. Pada tahun 2013 tidak mempunyai langganan yang berada diluar Bukittinggi. Pada tahun 2014 langganan ekspedisi tersebut berjumlah 33 toko, jumlah langganan berkurang karena ada 7 toko yang pindah langganan. Di tahun ini selain adanya pelanggan yang berpindah, namun ada juga pelanggan baru yang berlangganan di ekspedisi ini yaitu berjumlah 4 toko yang berada di Bukittinggi. Jadi jumlah pelanggan yaitu berjumlah 33 toko di Bukittinggi. Pada tahun 2015 dan 2016 pelanggannya tetap, tidak ada yang pindah langganan dan tidak ada pula pelanggan yang masuk, jadi jumlah pelanggannya tetap yaitu 33 toko yang berada di Bukittinggi.

Terakhir pada tahun 2017 jumlah pelanggan ada 29 toko, karena pelanggan yang berpindah bertambah 7 toko, dan pada tahun ini pelanggan bertambah 3 toko yang berada diluar bukittinggi yang merupakan pelanggan baru di ekspedisi ini, yaitunya dari Pariaman, Batusangkar dan dari Payakumbuh. Jadi jumlah langganan yang berpindah dari tahun 2013-2017 berjumlah 14 toko dan langganan baru berjumlah 7 toko, 4 toko berada di Bukittinggi dan 3 toko berada di luar Bukittinggi.

Adanya barang yang rusak tidak bisa dijual lagi, maka barang tersebut diganti oleh pihak ekspedisi CV Kita Bersama dengan harga modal, karena konsumen tidak mau menerima barang yang rusak. Adapun barang-barang yang dikirim dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama yakninya karpet, sepatu, sandal, selimut, sprei, batcover, spon, ban, tekstil, busa. Barang-barang ini tidak hanya di antarkan kepada sejumlah toko-toko yang berada di Bukittinggi saja tetapi ada juga ke Payakumbuh, Pariaman, dan Batusangkar. Tetapi yang tetap adalah ke toko-toko yang berada di Bukittinggi.

Oleh karena itu, perusahaan ekspedisi berupaya untuk meminimalisir risiko agar tidak terjadi terus menerus kerugian seperti kurangnya jumlah barang yang dikirim dari jakarta, ketepatan waktu dalam mendistribusikan barang kepada konsumen, serta adanya kerusakan pada barang yang didistribusikan kepada konsumen dan semua ini berdampak pada ekspedisi CV Kita Bersama, keloyalan konsumen serta keuntungan yang diperoleh. Dari permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **"Manajemen Risiko Pada Usaha Jasa Ekspedisi Dalam**

Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi)".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Dalam pengiriman barang dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama terjadi ketidaksesuaian jumlah barang yang sampai ke ekspedisi CV Kita Bersama.
2. Keterlambatan dalam pengiriman barang dari Jakarta ke Ekspedisi CV Kita Bersama serta kepada konsumen.
3. Adanya kerusakan pada barang yang dikirim baik dari Jakarta maupun dari ekspedisi CV Kita Bersama.
4. Manajemen risiko pada usaha jasa ekspedisi CV Kita Bersama.

C. Batasan Dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada manajemen risiko pada usaha jasa ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu: Bagaimanakah manajemen risiko pada usaha jasa ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi ditinjau dari Etika Bisnis Islam?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui manajemen risiko pada usaha jasa ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah:

a. Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada jurusan Ekonomi Islam.
b. Untuk memperluas penelitian dibidang manajemen risiko khususnya dibidang usaha ekspedisi.
c. Memberikan masukan-masukan kepada CV Kita Bersama untuk meminimalisir risiko dalam operasional perusahaannya.

E. Penjelasan Judul

Berdasarkan judul yang penulis angkat di atas, maka dapat dijelaskan hal-hal yang terkait dengan judul tersebut:

Manajemen resiko : Suatu bidang ilmu yang membahas tentang bagaimana suatu organisasi menerapkan ukuran dalam memetakan berbagai permasalahn yang ada dengan menempatkan berbagai permasalahan

yang ada dengan menempatkan berbagai pendekatan manajemen secara komprehensif dan sistematis.[5]

Usaha jasa ekspedisi : perusahaan yang bergerak dibidang pengiriman barang baik pengiriman melalui jalur darat, jalur air atau jalur udara dan memberikan pelayanan secara efektif dan efisien guna memenuhi kepuasan pelanggan yang akan mengirim barangnya.[6]

Pelanggan : Seseorang atau organisasi yang membeli dan menggunakan produk barang/jasa, dan memiliki kemampuan untuk membedakan kelebihan-kekurangan suatu produk dengan produk lain.[7]

Etika bisnis Islam : Refleksi dan rasional dari perilaku bisnis dengan memperhatikan moralitas dan norma untuk mencapai tujuan. Dan mengedepankan nilai-nilai al-quran. Yakni paradigma bisnis yang dibangun dan dilandasi oleh konsep sebagai berikut: kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggungjawaban, kebenaran, kebijakan dan

[5]Irham Fahmi, *Manajemen Teori Kasus dan Solusi Cetakan Ke 3*, (Bandung: alfabeta, 2014), hal. 279.

[6]https://www.scribd.com/document/352144783/*pengertian-Dan-Cara-Kerja-Jasa-Ekspedisi* diakses pada 7 Mei 2018, pukul 20.00 WIB.

[7]Sandy Wahyudi, *Entrepreneurial Branding and Selling: Road Map Menjadi Entrepreneur Sejati Edisi 1 Cetakan Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 143.

kejujuran.[8]

Jadi yang dimaksud dari judul diatas adalah bagaimana manajemen risiko pada usaha jasa ekspedisi CV Kita Bersama di Jln By Pass Bukittinggi dalam meningkatkan jumlah pelanggan ditinjau dari etika bisnis Islam.

F. Kajian Terdahulu

Beberapa studi yang terkait dengan masalah yang diangkat diatas adalah penelitian Syabrianto dengan judul "Manajemen Risiko Pedagang Buah", hasil dari penelitian ini ialah bahwa sebagian besar pedagang buah sudah menerapkan manajemen risiko dengan baik yang dapat dilihat dari aspek: sebagian besar pedagang sudah memahami dalam mengidentifikasi risiko-risiko yang akan dihadapi dalam berjualan buah-buahan, sebagian besar pedagang buah dikota Bukittinggi sudah memahami bagaimana cara mengantisipasi dalam mengambil sebuah keputusan seperti memperkirakan membeli buah untuk stok, dan memilih buah yang harus dipanen dan yang masih segar, dan melindungi dagangan dari sinar matahari dan air hujan dan memilih toke yang dekat dari kota Bukittinggi, serta pedagang juga sudah memahami bagaimana cara mengelola risiko buah yang mulai busuk tersebut, namun ada sebagian kecil dari pedagang yang belum memahami dalam mengelola risiko buah tersebut. Dan juga masih ada pedagang yang menjual buah yang masih segar dengan mencampurkan dengan buah yang busuk.[9]

[8] Muhammad dan Lukman Faurozi, Visi Al-quran Tentang Etika dan Bisnis, 11-17.

[9]Syabrianto, "*Manajemen Risiko Pedagang Buah*", skripsi IAIN Bukittinggi, tidak diterbitkan, 2017, hal. 73.

Penelitian Hari Fahmy Hutasuhut dengan judul "Analisis Pengelolaan Risiko Operasional Suatu Bisnis Jasa Ekspedisi Laut Untuk Memuaskan *Stakeholders*", hasil dari penelitian ini ialah bahwa pelaksanaan pengelolaan risiko operasional pada PT. Nagah Berlian, yaitu pengelolaan dana yang tersedia di perusahaan harus dikelola dengan baik dan pengalihan risiko bisnis ke pihak lain, baik itu kepada pihak asuransi maupun perusahaan lainnya seperti kontrak dengan pihak pemilik barang ataupun pihak outsourcing seperti perusahaan bongkar muat yang digunakan jasanya untuk kelancaran kegiatan operasional perusahaan.[10]

Penelitian Muhammad Nur Hakim dengan judul "Strategi Pedagang Ikan Kering Dalam Manage Risiko Menurut Ekonomi Islam di Pekanbaru", hasil dari penelitian ini ialah bahwa strategi yang dilakukan apabila ikan ini rusak, berlebih, persaingan dalam harga dan sepinya pembeli yaitu dijual dengan harga yang murah, meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan promosi penjualan. Strategi dalam manage risiko menurut ekonomi islam mengacu kepada Al-quran dan Hadits, sesuai dengan yang diajari oleh Rasulullah SAW. Strategi yang dilakukan pedagang ikan kering ini sudah memenuhi beberapa kriteria ekonomi islam walaupun ada beberapa pedagang yang belum memenuhi kriteria tersebut yaitu tidak jujur dalam menjelaskan barang dagangannya dan mempromosikannya.[11]

---

[10]Hari Fahmy Hutasuhut, "*Analisis Pengelolaan Risiko Operasional Suatu Bisnis Jasa Ekspedisi Laut Untuk Memuaskan Stakeholders*", Universitas Riau, 2015.

[11]Muhammad Nur Hakim, "*Strategi Pedagang Ikan Kering Dalam Manage Risiko Menurut Ekonomi Islam di Pekanbaru"*, Uin Saska Riau, 2013.

Bedanya dengan penelitian yang saya teliti yaitu penelitian ini mengenai manajemen risiko pada usaha jasa ekspedisi dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan, maka penulis membagi penulisan ini menjadi lima bab, yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II: Landasan Teori

Yang terdiri dari teori-teori mengenai variabel-variabel terkait dengan penelitian. Pada bab ini akan dikemukakan, manajemen risiko yaitu pengertian manajemen risiko, pengelolaan risiko, manfaat manajemen risiko, proses manajemen risiko, kerangka kerja manajemen risiko. Usaha jasa ekspedisi yaitu pengertian jasa, jasa dalam perspektif Islam, klasifikasi jasa, karakteristik jasa, kualitas jasa, jasa ekspedisi. Pelanggan yaitu pengertian pelanggan, loyalitas pelanggan. Dan Etika bisnis Islam yaitu pengertian etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islami, ruang lingkup etika bisnis Islami.

BAB III: Metode Penelitian

Yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, unit analisis, objek dan informan penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian

Yang terdiri dari gambaran umum perusahaan, manajemen risiko pada usaha jasa ekspedisi yaitu identifikasi risiko, pengukuran risiko, pengelolaan risiko dan manajemen risiko usaha jasa ekspedisi ditinjau dari etika bisnis Islam.

BAB V: Penutup

Yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Risiko

1. Pengertian Manajemen Risiko

Manajemen risiko adalah suatu metodologi pendekatan yang terstruktur dalam mengelola (*manage*) sesuatu yang berkaitan dengan sebuah ancaman karena ketidakpastian. Ancaman yang dimaksud di sini adalah akibat dari aktivitas individu ataupun kelompok manusia termasuk yang terdapat/berperan di dalamnya.[12] Aktivitas ini meliputi penilaian risiko yang mengancam, strategi pengembangan untuk menanggulangi risiko dengan pengelolaan sumber daya yang ada. Manajemen risiko merupakan proses memelihara kemampuan menghasilkan dan aktiva perusahaan dengan menurunkan hambatan kerugian karena kejadian yang tidak dapat dikendalikan.

Menurut Clough and Sears sebagaimana dikutip oleh Sutarno, manajemen risiko didefinisikan sebagai suatu pendekatan yang komprehensif untuk menangani semua kejadian yang menimbulkan kerugian.[13]Manajemen risiko merupakan suatu bidang ilmu yang membahas tentang bagaimana suatu organisasi menerapkan ukuran dalam memetakan berbagai permasalahan yang ada dengan menempatkan

[12]Wibowo, *Manajemen Perubahan Edisi 2*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hal. 39.

[13] Sutarno, *Serba-Serbi Manajemen Bisnis Cetakan Pertama*, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2012), hal. 247-248.

berbagai permasalahan yang ada dengan menempatkan berbagai pendekatan manajemen secara komprehensif dan sistematis.[14]

2. Pengelolaan Risiko

Adapun jenis-jenis cara mengelola risiko yaitu:

a. Menghindari risiko (*Risk avoidance*)

Yaitu memutuskan untuk tidak melakukan aktivitas yang mengandung risiko sama sekali. Dalam memutuskan untuk melakukannya, maka harus dipertimbangkan potensial keuntungan dan potensial kerugian yang dihasilkan oleh suatu aktivitas.

b. Pengurangan Risiko (*Risk reduction*)

Pengurangan risiko atau disebut juga mitigasi resiko (*risk mitigation*) yaitu merupakan metode yang mengurangi kemungkinan terjadinya suatu risiko ataupun mengurangi dampak kerusakan yang dihasilkan oleh suatu risiko.

c. Pemindahan Risiko (*Risk transfer*)

Yaitu memindahkan risiko kepada pihak lain, umumnya melalui suatu kontrak (asuransi) maupun *hedging*.

[14]Irham Fahmi, *Manajemen Teori Kasus dan Solusi Cetakan Ke 3*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 279.

d. Penundaan risiko (*Risk deferral*)

Dampak suatu risiko tidak selalu konstan. *Risk deferral* meliputi menunda aspek suatu proyek hingga saat dimana probabilitas terjadinya risiko tersebut kecil.

e. Penyimpanan Risiko (*Risk retention*)

Walaupun risiko tertentu dapat dihilangkan dengan cara mengurangi maupun memindahkannya, namun beberapa risiko harus tetap diterima sebagai bagian penting dari aktivitas.[15]

3. Manfaat Manajemen Risiko

Dengan diterapkannya manajemen risiko di suatu perusahaan ada beberapa manfaat yang akan diperoleh, yaitu:[16]

a. Perusahaan memiliki ukuran kuat sebagai pijakan dalam mengambil setiap keputusan, sehingga para manajer menjadi lebih berhati-hati dan selalu menempatkan ukuran-ukuran dalam berbagai keputusan.
b. Mampu memberi arah bagi suatu perusahaan dalam melihat pengaruh-pengaruh yang mungkin timbul baik secara jangka pendek dan jangka panjang.

[15] Sutarno, *Serba-Serbi Manajemen Bisnis Cetakan Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 250.

[16]Irham Fahmi , *Manajemen Teori Kasus dan Solusi Cetakan Ke 3*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 280.

c. Mendorong para manajer dalam mengambil keputusan untuk selalu menghindari risiko dan menghindari dari pengaruh terjadinya kerugian khususnya kerugian dari segi finansial.
d. Memungkinkan perusahaan memperoleh risiko kerugian yang minimum.
e. Dengan adanya konsep manajemen risiko yang dirancang secara detil maka artinya perusahaan telah membangun arah dan mekanisme secara berkelanjutan.

4. Proses manajemen risiko

Pemahaman risiko manajemen memungkinkan manajemen untuk terlibat secara efektif dalam menghadapi *uncertainty* dengan risiko dan peluang yang berhubungan dan meningkatkan kemampuan organisasi untuk memberikan nilai tambah. Menurut COSO, proses manajemen risiko dapat dibagi ke dalam 8 komponen, yaitu:

a. Lingkungan internal

Komponen ini berkaitan dengan lingkungan tempat organisasi berada dan beroperasi. Cakupannya adalah kultur manajemen tentang risiko, integritas, perspektif terhadap risiko, selera atau penerimaan terhadap risiko, nilai moral, struktur organisasi, dan pendelegasian wewenang.

b. Penentuan tujuan

Manajemen harus menetapkan tujuan-tujuan dari organisasi agar dapat mengidentifikasi, mengakses, dan mengelola risiko.

c. Identifikasi risiko

Komponen ini mengidentifikasi kejadian-kejadian potensial baik yang terjadi di lingkungan internal maupun eksternal organisasi yang memengaruhi strategi atau pencapaian tujuan dari organisasi. Kejadian tersebut dapat berdampak positif, tetapi dapat pula sebaliknya atau negatif.

d. Penilaian risiko

Komponen ini menilai dampak dari kejadian atau keadaan yang dapat mengganggu pencapaian dari tujuan.

e. Sikap atas risiko

Organisasi harus menentukan sikap atas hasil penilaian risiko. Sikap atas risiko dari organisasi dapat berupa:

1. penghindaran, yaitu dihentikannya aktivitas atau pelayanan yang menyebabkan risiko.
2. Pengurangan, yaitu mengambil langkah-langkah mengurangi kemungkinan atau dampak dari risiko.

3. Berbagi, yaitu mengalihkan atau menanggung bersama risiko atau sebagian dari risiko dengan pihak lain.
4. Penerimaan, yaitu menerima risiko yang terjadi, dan tidak ada upaya khusus yang dilakukan.

f. Aktivitas-aktivitas pengendalian

Komponen ini berperan dalam penyusunan kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur untuk menjamin sikap atas risiko terlaksana dengan efektif.

g. Informasi dan komunikasi

Fokus dari komponen ini adalah menyampaikan informasi yang relevan kepada pihak terkait melalui media komunikasi yang sesuai. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam penyampaian informasi dan komunikasi adalah kualitas informasi, arah komunikasi, dan alat komunikasi.

h. Monitoring

Monitoring dapat dilaksanakan baik secara terus-menerus maupun terpisah. Aktivitas monitoring terus-menerus tercermin pada aktivitas supervisi, rekonsiliasi, dan aktivitas rutin lainnya. Monitoring terpisah biasanya dilakukan untuk penugasan tertentu. Pada monitoring ini ditentukan jangkauan tugas, frekuensi, proses evaluasi metodologi, dokumentasi, dan rencana aktivitas.

Pada proses monitoring, perlu dicermati adanya kendala seperti *reporting deficiencies*, yaitu pelaporan yang tidak lengkap atau bahkan berlebihan. Kendala ini timbul dari berbagai faktor seperti sumber informasi, materi pelaporan, pihak yang disampaikan laporan, dan arahan bagi pelaporan.[17]

5. Kerangka kerja manajemen risiko

Manajemen risiko pada dasarnya adalah proses menyeluruh yang dilengkapi dengan alat, teknik, dan sains yang diperlukan untuk mengenali, mengukur, dan mengelola risiko secara lebih transparan. Sebagai sebuah proses menyeluruh, manajemen risiko menyentuh hampir setiap aspek aktivitas sebuah bisnis, mulai dari proses pengambilan keputusan untuk menginvestasikan sejumlah uang, sampai pada keputusan untuk menerima seorang karyawan baru.

Sebagai sebuah proses, kerangka kerja manajemen risiko pada dasarnya terbagi dalam tiga tahapan kerja, yakni:

a. Identifikasi risiko

Identifikasi risiko adalah rangkaian proses pengenalan yang saksama atas risiko dan komponen risiko yang melekat pada suatu aktivitas atau transaksi yang diarahkan kepada proses pengukuran serta

[17] M. Hamdani, *Entrepreneurship:Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis Cetakan 1,* (Jogjakarta:Starbooks, 2010), hal. 176-183.

pengelolaan risiko yang tepat. Identifikasi risiko adalah fondasi yang mana tahapan lainnya dalam proses manajemen risiko dibangun.

b. Pengukuran risiko

Pengukuran risiko adalah rangkaian proses yang dilakukan dengan tujuan untuk memahami signifikansi dari akibat yang akan ditimbulkan suatu risiko, baik secara individual maupun portofolio, terhadap tingkat kesehatan dan kelangsungan usaha. Pemahaman yang akurat tentang signifikansi tersebut akan menjadi dasar bagi pengelolaan risiko yang terarah dan berhasil guna.

c. Pengelolaan risiko

Pengelolaan risiko pada dasarnya adalah rangkaian proses yang dilakukan untuk meminimalisasi tingkat risiko yang dihadapi sampai pada batas yang dapat diterima. Pada dasarnya Mekanisme pengelolaan risiko dapat dikelompokkan, sebagai berikut:[18]

1. Membatasi risiko (*mitigating risk*)

Membatasi risiko dilakukan dengan menetapkan limit risiko, baik untuk individual *exposure* maupun portofolio *exposure*, yang dapat diterima oleh perusahaan. Penetapan limit risiko yang dapat diterima oleh perusahaan tidak semata-mata dilakukan untuk membatasi risiko yang diserap oleh perusahaan, tetapi juga harus

[18]M. Hamdani, *Entrepreneurship:Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis Cetakan 1,* (Jogjakarta:Starbooks, 2010), hal. 195.

diarahkan kepada upaya untuk mengoptimalkan nilai bagi pemegang saham. Pendekatan tersebut terkait dengan konsekuensi (modal/kapital) yang muncul dari angka-angka risiko yang dihasilkan dari proses pengukuran risiko.

2. Mengelola risiko (*managing risk*)

Sebagaimana yang diketahui, nilai *exposure* yang dimiliki oleh perusahaan dapat bergerak setiap saat sebagai akibat pergerakan di berbagai faktor yang menentukan di pasar. Dalam kondisi demikian, maka angka yang dihasilkan dari proses pengukuran risiko di awal akan berkurang validitasnya. Artinya, dapat menjadi profil risiko akan berubah sehingga tidak lagi dapat memberikan hasil yang optimal bagi pemegang saham.

3. Memantau risiko (*monitoring risk*)

Pemantauan risiko pada dasarnya adalah mekanisme yang ditujukan untuk dapat memperoleh informasi terkini dari profil risiko perusahaan.[19]

B. Usaha Jasa Ekspedisi

1. Pengertian Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi kendaraan bermotor, salon

[19] M. Hamdani, *Entrepreneurship:Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis Cetakan 1,* (Jogjakarta:Starbooks, 2010), hal. 187-197.

kecantikan, kursus keterampilan, pusat kebugaran, restoran, hotel, rumah sakit, universitas, dan lain-lain.

Sebagai salah satu bentuk produk, jasa juga bisa didefinisikan secara berbeda-beda. Gummesson sebagaimana yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, misalnya, mendefinisikan jasa sebagai "*something which can be bought and sold but which you cannot drop on your feet*". Definisi ini menekankan bahwa jasa bisa dipertukarkan namun kerapkali sulit dialami atau dirasakan secara fisik.

Kotler sebagaimana yang dikutip oleh Fandy Tjiptono,mendefinisikan jasa sebagai "setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu". Walaupun demikian, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Definisi lainnya yang berorientasi pada aspek proses atau aktivitas dikemukakan oleh Gronroos sebagaimana yang dikutip oleh Fandy Tjjiptono, "jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa/atau sumberdaya fisik atau barang dan/atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan". Menurut Gronroos, interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan kerapkali terjadi dalam jasa, sekalipun pihak-pihak yang terlibat

mungkin tidak menyadarinya. Selain itu, dimungkinkan pula ada situasi di mana pelanggan sebagai individu tidak berinteraksi langsung dengan perusahaan jasa.

Menurut Kotler sebagaimana yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, penawaran sebuah perusahaan kepada pasar sasarannya biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Komponen jasa ini bisa merupakan bagian kecil ataupun bagian utama/pokok dari keseluruhan penawaran tersebut. Pada kenyataannya, suatu penawaran dapat bervariasi dari dua kutub ekstrim, yaitu murni berupa barang pada satu sisi dan jasa murni pada sisi lainnya. Berdasarkan kriteria ini, penawaran sebuah perusahaan perusahaan dapat dibedakan menjadi lima kategori, yakni:

1. Produk fisik murni

   Penawaran pada kategori ini semata-mata hanya berupa produk fisik. Contohnya, sepatu, pasta gigi, minuman ringan, tisu, dan sabun cuci. Tanpa ada jasa atau layanan yang menyertai produk tersebut.

2. Produk fisik dengan jasa pendukung

   Pada kategori ini, penawaran terdiri atas suatu produk fisik yang disertai dengan satu atau beberapa jasa/layanan untuk meningkatkan daya tarik pada konsumen. Sebagai contoh, dealer mobil menawarkan jasa pengantaran, fasilitas pembayaran kredit, reparasi, penggantian suku cadang, dan seterusnya.

3. Produk hybrid

   Penawaran pada kategori ini terdiri atas komponen barang dan jasa yang kurang lebih sama besar porsinya. Contohnya adalah restoran siap saji (*fast-food restaurant*).

4. Jasa utama yang didukung dengan barang dan jasa minor

   Penawaran pada kategori ini terdiri atas jasa pokok tertentu bersama-sama dengan jasa tambahan (pelengkap) dan/atau barang-barang pendukung. Contohnya bisa dijumpai pada konteks jasa penerbangan

5. Jasa murni

   Penawaran pada kategori ini hampir seluruhnya berupa jasa, contohnya jasa fisioterapi, konsultan psikologi, jasa tukang pijat, *babysitter*, dan lain-lain.[20]

2. Jasa Dalam Perspektif Islam

Menjual jasa atau layanan kepada orang lain diperbolehkan dalam ajaran Islam. Sama halnya dalam penjualan barang dan komoditas, penjualan jasa diperbolehkan untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupannya. Sebagai makhluk sosial dan makhluk ekonomi, manusia senantiasa membutuhkan jasa orang lain. Tidak seorangpun manusia di

[20]Fandy Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*, (Yogyakarta: CV ANDI, 2011), hal. 17-21.

dunia ini yang mampu memenuhi kebutuhannya sendirian tanpa bantuan jasa orang lain, terlebih di zaman modern sekarang ini ketika kebutuhan manusia semakin kompleks, maka kebutuhan akan jasa orang lain semakin banyak pula.

Jual beli jasa, yang dikenal pula dengan istilah upah mengupah, dalam kajian fiqh Islam, terdapat dua bentuk yaitu khusus dan umum. Yang berbentuk khusus terjadi ketika seseorang menjual jasa kepada orang lain dalam waktu tertentu. Jika waktunya tidak tertentu dan tidak jelas batasannya, maka akadnya batal. Baik penjual maupun pembeli jasa dapat membatalkan akadnya sesuai kesepakatan. Penjual jasa tidak boleh bekerja kepada orang lain pada waktu yang ditetapkan dalam akad dan ia mendapatkan bayaran bukan berdasarkan intensitas kerja, tetapi berdasarkan kontrak dalam waktu yang ditentukan. Jika salah seorang diantara keduanya membatalkan akad, maka transaksi jasa itu batal dengan sendirinya. Adapun yang bersifat umum terjadi ketika penjualan jasa dilakukan secara bersama-sama, misalnya beberapa orang bersama-sama bekerja dalam suatu perusahaan. Dalam hal ini pembeli jasa tidak punya hak untuk melarang penjual jasa bekerja di tempat lain, misalnya seseorang yang bekerja paruh waktu, waktu pagi di suatu perusahaan dan sore harinya di perusahaan lain. Upah yang dibayarkan berdasarkan kerja, bukan kontrak dalam waktu yang ditentukan karena memang tidak ditentukan masa berakhirnya.

Rasulullah Memperbolehkan memberikan upah kepada orang yang memberikan jasanya kepada orang lain. Ia sendiri pernah membeli jasa seorang tukang bekam dan membayar upahnya. Seandainya berbekam dan membayar upahnya itu makruh, niscaya nabi tidak akan melakukannya. Jasa bekam yang dilakukan oleh pembekam terhadap nabi dibayar karena hal ini tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Seandainya bertentangan, niscaya nabi tidak akan membayarnya sebagaiman sabdanya:

Yang artinya: *"Dari Ibn 'Abbas r.a, katanya: Nabi SAW berbekam dan memberikan upah kepada orang yang membekamnya dan seandainya mengetahui kemakruhannya, niscaya ia tidak akan memberi upah kepadanya"*. (HR. Al-bukhari).

Dalam riwayat lain yang juga dari Ibn 'Abbas yang diriwayatkan oleh al-Bukhari dinyatakan bahwa seandainya berbekam itu haram, niscaya nabi tidak akan melakukannya dan tidak pula membayar jasa orang yang membekamnya.

Nabi pernah berbekam kepada Abu Thaybah dan membayarnya dengan satu *sha'* kurma dan meringankan beban pajak dari keluarganya. Jasa bekam yang diberikan atau dilakukan oleh Abu Thaibah dibayar dengan bayaran yang sepadan oleh Rasulullah. Ini menunjukkan bahwa nabi menghargai jasa yang dilakukan oleh seseorang dan membayarnya dengan upah yang memadai.

Penjualan jasa harus dilakukan dengan baik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Salah satu sifat dari jasa atau

pelayanan adalah diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan. Tidak seperti produk manufaktur dimana hasil produksi dapat disimpan, dibeli, dan kemudian dikonsumsi.

Oleh karena sifat itu, kepuasan pelanggan terhadap pelayanan sangatlah bergantung pada proses interaksi atau waktu dimana pelanggan dan penyedia jasa bertemu langsung. Karena sifatnya yang demikian, maka jasa harus diberikan oleh orang yang memenuhi syarat sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Salah satu syarat itu, menurut hukum ekonomi Islam adalah sudah dewasa (akil baligh) dan cakap dalam melaksanakan tugasnya (*tamyiz* dan *ahliyah al-ada'*).[21]

3. Klasifikasi Jasa

Secara garis besar, klasifikasi jasa dapat dilakukan berdasarkan tujuh kriteria pokok:

a. Segmen pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa yang ditujukan pada konsumen akhir dan jasa bagi konsumen organsasional. Sebenarnya ada kesamaan di antara kedua segmen pasar tersebut dalam pembelian jasa. Baik konsumen akhir maupun konsumen organisasional sama-sama melalui proses pengambilan keputusan, meskipun faktor-faktor determinannya berbeda. Perbedaan utama antara kedua segmen bersangkutan terletak pada alasan dan

[21]Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi Edisi Pertama Cet.1*, (Jakarta: Kencana, 2015), Hal. 218-229.

kriteria spesifik dalam memilih jasa dan penyedia jasa, kuantitas jasa yang dibutuhkan, dan kompleksitas pengerjaan jasa yang diperlukan.

b. Tingkat keberwujudan

Kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen.

c. Keterampilan penyedia jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan penyedia jasa, terdapat dua tipe pokok jasa. Yaitu *professional services* dan *non-professional services*. Pada jasa yang membutuhkan keterampilan tinggi dalam proses operasinya, pelanggan cenderung sangat selektif dan berhati-hati dalam memilih penyedia jasa. Hal inilah yang menyebabkan para penyedia jasa profesional dapat "mengikat" para pelanggannya. Sebaliknya, jika jasa tidak memerlukan keterampilan tinggi, seringkali loyalitas pelanggan rendah karena penawarannya sangat banyak dan acapkali tidak berbeda secara signifikan.

d. Tujuan organisasi jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dapat diklasifikasikan menjadi *commercial services* atau *profit services* (misalnya jasa penerbangan, bank, penyewaan mobil, biro iklan, dan hotel) dan *non-profit services* (seperti sekolah, yayasan dana bantuan, panti asuhan, panti wreda, perpustakaan umum, dan museum).

e. Regulasi

Dari aspek regulasi, jasa dapat dibagi menjadi *regulated services* (misalnya jasa pialang, angkutan umum, media massa, dan perbankan) dan *non-regulated services* (seperti jasa makelar, katering, kost dan asrama, kantin sekolah, serta pengecatan rumah).

f. Tingkat intensitas karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja), jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam: *equipment-based services* (seperti cuci mobil otomatis, jasa sambungan telepon interlokal dan internasional, mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri), *internet banking*, *vending machines*, dan binatu) dan *people-based services* (seperti pelatih sepakbola, satpam, akuntan, konsultan hukum, konsultan manajemen, bidan, dan dokter anak).

g. Tingkat kontrak penyedia jasa dan pelanggan

Berdasarkan tingkat kontrak ini, secara umum jasa dapat dikelompokkan menjadi *high-contact services* (seperti universitas, bank, dokter, penata rambut, penasihat perkawinan, dan konsultan bisnis) dan *low-contact services* (misalnya bioskop, jasa PLN, jasa telekomunikasi, dan jasa layanan pos).[22]

---

[22]Fandy Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*, (Yogyakarta: CV ANDI, 2011), hal. 21-26.

4. Karakteristik Jasa

Berbagai riset dan literatur manajemen dan pemasaran jasa mengungkap bahwa jasa memiliki empat karakteristik unik yang membedakannya dari barang dan berdampak pada strategi mengelola dan memasarkannya. Keempat karakteristik utama tersebut dinamakan paradigma IHIP : *Intangibility*, *Heterogeneity*, *Inseparability*, dan *Perishability*.

a. Intangibility

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu obyek, alat, material, atau benda; maka jasa justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Walaupun sebagian besar jasa dapat berkaitan dan didukung dengan produk fisik (contohnya, sepeda motor, bis, kapal, dan pesawat dalam jasa transportasi), esensi dari apa yang dibeli pelanggan adalah kinerja yang diberikan oleh pihak tertentu kepada pihak lainnya.

Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri. Bila pelanggan membeli jasa tertentu, maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan, atau

menyewa jasa tersebut. Pelanggan tersebut tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya. Produk-produk *intangible* diyakini lebih sulit dievaluasi, karenanya bisa menimbulkan tingkat ketidakpastian dan persepsi risiko yang besar. Oleh karena itu, untuk menekan ketidakpastian, para pelanggan acapkali memperhatikan simbol, tanda, petunjuk atau bukti fisik kualitas jasa bersangkutan.

b. Heterogeneity/variability/inconsistency

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardizedoutput*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut diproduksi. Sebagai contoh, dua orang yang datang ke salon yang sama dan meminta model rambut yang sama tidak akan mendapatkan hasil yang seratus persen identik. Hal semacam ini terjadi karena jasa melibatkan unsur manusia dalam proses produksi dan konsumsinya.

c. Inseparability

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa bersangkutan. Dalam hubungan antara penyedia

jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur kritis. Implikasinya, kunci keberhasilan bisnis jasa terletak pada proses rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, sistem imbalan, pelatihan, dan pengembangan karyawannya.

d. Perishability

Perishability berarti bahwa jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu datang, dijual kembali, atau dikembalikan. Kondisi semacam ini tidak akan menjadi masalah apabila permintaan bersifat konstan, karena staf dan kapasitas penyedia jasa bisa direncanakan untuk memenuhi permintaan. Namun sayangnya, permintaan pelanggan terhadap sebagian besar jasa sangat fluktuatif dan dipengaruhi faktor musiman.[23]

5. Kualitas Jasa

Berbeda dengan produk, penilaian konsumen terhadap kualitas jasa terjadi selama proses penyampaian jasa tersebut. Setiap kontak yang terjadi antara penyedia jasa dengan konsumen merupakan gambaran mengenai suatu "*moment of truth*", yaitu suatu peluang untuk memuaskan atau tidak memuaskan konsumen.

---

[23] Fandy Tjiptono, *Service, Quality &Satisfaction Edisi 3*, (Yogyakarta: CV ANDI, 2011), hal. 34-42.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Konsumenlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa dari sudut pandang konsumen. Namun, perlu diperhatikan bahwa sifat jasa yang tidak nyata menyebabkan sangat sulit bagi konsumen untuk menilai jasa sebelum dia mengalaminya, bahkan setelah dia konsumsi jasa tertentu pun, sulit bagi pelanggan untuk menilai kualitas jasa tersebut.

Kinerja jasa sering kali tidak dapat dievaluasi, sehingga konsumen menggunakan isyarat intrinsik dan syarat ekstrinsik jasa sebagai acuan. Berkaitan dengan sulitnya bagi konsumen untuk menilai kualitas jasa, Zeithaml sebagaimana yang dikutip oleh Farida Jasfar, mencoba mengembangkan suatu kerangka berfikir untuk menjelaskan masalah ini.[24] Dia membedakan tiga kategori kualitas yang dapat ditawarkan. Isyarat intrinsik berkaitan dengan output dan penyampaian jasa itu sendiri, yang merupakan *search quality*, yaitu atribut kualitas yang dapat dievaluasi konsumen sebelum membeli, misalnya warna, harga, aroma, dan rasa. Sedangkan yang dimaksud dengan isyarat ekstrinsik adalah unsur-unsur

[24]Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Cetakan Pertama dan Kedua*, (Ghalia Indonesia), hal. 50

yang merupakan pelengkap bagi suatu jasa yang merupakan *experience quality* dan *credence quality*.

Experience quality adalah kualitas yang hanya bisa dievaluasi konsumen setelah membeli atau mengkonsumsi jasa. Contohnya, kerapian rambut setelah selesai masuk salon atau kecepatan pelayanan jasa pengiriman. Sedangkan *credence quality* adalah kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan, meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa, misalnya kualitas operasi jantung.

Dalam konteks penilaian kualitas produk maupun jasa telah diperoleh kesepakatan, bahwa harapan konsumen memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. Untuk membuktikan apakah kualitas produk baik atau tidak, dapat diukur dari tingkat kepuasan konsumen.

Yang dimaksud dengan kepuasan konsumen terhadap suatu jasa adalah perbandingan antara persepsinya terhadap jasa yang diterima dengan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Apabila harapannya terlampaui, berarti jasa tersebut telah memberikan suatu kualitas yang luar biasa dan juga akan menimbulkan kepuasan yang sangat tinggi. Sebaliknya, apabila harapannya itu tidak tercapai, maka diartikan kualitas jasa tersebut tidak memenuhi apa yang diinginkannya atau perusahaan tersebut gagal melayani konsumennya. Apabila harapannya sama dengan apa yang dia peroleh, berarti konsumen itu puas.Harapan

maupun penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan menyangkut beberapa dimensi kualitas jasa.[25] Terdapat lima dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman yaitu:

1. Berwujud (*tangible*)

   Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. Reliabilitas

   Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

   Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan

[25]Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Cetakan Pertama dan Kedua*, (Ghalia Indonesia), hal. 48.

penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu menciptakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. Jaminan dan kepastian (*assurance*)

   Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5. Empati (*empathy*)

   Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Hal ini mengharapkan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.[26]

6. Jasa Ekspedisi

a. Pengertian Ekspedisi

   Ekspedisi adalah usaha yang ditujukan untuk mewakili kepentingan pemilik barang untuk mengurus semua kegiatan yang

[26]Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa:Berbasis Kompetensi Edisi 3*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 216-217.

diperlukan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan barang melalui transportasi darat, transportasi laut, dan transportasi udara.

Yang dapat mencakup kegiatan penerimaan, penyimpanan, sortasi pengepakan, penandaan, pengukuran penimbangan, pengurusan penyelesaian dokumen, penerbitan dokumen angkutan, perhitungan biaya angkutan, klaim asuransi atas pengiriman barang serta penyelesaian tagihan dan biaya-biaya lainnya berkenaan dengan pengiriman barang-barang tersebut sampai dengan diterimanya barang oleh yang berhak menerimanya.[27]

b. Manfaat Bisnis Ekspedisi

Sebagai bisnis yang bergerak dalam bidang jasa, bisnis ekspedisi memiliki beberapa manfaat. Adapun manfaat tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Bisnis ekspedisi mempercepat proses pengiriman barang. Bisnis ekspedisi bekerjasama dengan banyak pihak yang bergerak dalam bidang transportasi. Hal ini menjadi kemudahan bagi masyarakat yang menggunakan jasa ekspedisi dalam hal pengiriman barang.
2. Bisnis ekspedisi meminimalisir biaya pengiriman. Dibanding pengiriman yang dilakukan pribadi, penggunaan jasa ekspedisi dipandang lebih murah. Hal ini dikarenakan bisnis ekspedisi

[27]Rudeviansyah Muhammad, "Perilaku Perusahaan Dalam Usaha Meningkatkan Kinerja Pada Industri Ekspedisi Muatan Kapal Laut Di Kota Bandar Lampung", *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Universitas Lampung, Hal. 12, 2017.

bekerjasama dengan penyedia jasa transportasi sehingga pengirim tidak perlu membiayai satu persatu sarana transportasi karena proses administrasi lebih mudah.

3. Bisnis ekspedisi menyerap tenaga kerja. Bisnis ekspedisi membutuhkan beberapa sumber daya manusia dalam mengerjakan administrasi, pembukuan, pengiriman, dan keamanan barang di berbagai pos pengiriman.

c. Pengelolaan bisnis ekspedisi

Bisnis ekspedisi dikelola untuk menyediakan jasa dalam mengirimkan barang konsumen dengan tujuan tertentu. Perusahaan ekspedisi mempunyai tugas dalam mengusahakan pelayanan transportasi sebaik mungkin agar barang yang dikirimkan selamat sampai tujuan pengiriman. Terdapat empat langkah dalam mengoperasikan bisnis ekspedisi, yaitu:

1. Menentukan daerah operasi serta alat transportasi

Setiap perusahaan bisnis ekspedisi harus memiliki tujuan dan memperhitungkan alat transportasi yang aman untuk melakukan pengiriman barang. Pelayanan yang efektif dalam bidang transportasi adalah meliputi tepat sasaran dan waktu, serta sesuai dengan keinginan *stakeholders* di bidang tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan memiliki beberapa sarana dan sumber daya manusia yang menunjang. Setiap tujuan pengiriman harus

memiliki beberapa fasilitas yang dapat menunjang keamanaan barang.

2. Item barang

Barang yang dikirim harus disesuaikan dengan jenis kendaraan atau transportasi yang digunakan oleh perusahaan ekspedisi. Hal ini ditujukan agar barang pelanggan dapat sampai tujuan dengan selamat.

3. Tarif biaya pengiriman

Tarif haruslah disesuaikan dengan pertimbangan resiko pengiriman dan juga ketentuan pemerintah. Tarif harus diusahakan untuk dapat dijangkau oleh konsumen. Namun perusahaan juga dapat memperhitungkan tarif berdasarkan biaya operasional dan juga keuntungan yang ingin diperoleh dari setiap biaya pengiriman.

4. Kegiatan promosi

Perusahaan dapat menggunakan berbagai media seperti internet dan juga media promosi lainnya yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas.[28]

[28] https:// pengiriman murah. com/ Cara-Merintis-Bisnis-Ekspedisi-Murah Diakses pada 1 Juni 2018, Pukul 14.00 WIB.

C. Pelanggan

1. Pengertian Pelanggan

Mengenali dan memahami keinginan pelanggan jauh lebih penting, karena produsen bergantung kepada pelanggannya. Pelanggan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberap produk.

Pelanggan adalah seseorang yang secara kontinu dan berulangkali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.[29] Pelanggan ialah seseorang, sekelompok orang atau organisasi yang membeli produk atau jasa di toko atau organisasi bisnis.

Definisi dari Wikipedia mengatakan bahwa pelanggan (*customer*), yang kadang dipanggil juga sebagai klien atau pembeli (*buyer/purchaser*) ialah penerima (*recipient*) barang, jasa, produk atau gagasan yang diperoleh dari penjual (*seller*), pemasok (*vendor*), atau *supplier* yang didasarkan pada pertimbangan keuangan atau hal lain yang bernilai.[30]

2. Loyalitas Pelanggan

Perilaku setelah pembelian merupakan post-purchase phase, pada tahap ini konsumen melakukan evaluasi service quality yang telah diterima secara menyeluruh baik *satisfaction* maupun *dissatisfaction*.

Satisfaction dalam jangka panjang menciptakan loyalitas pelanggan, dan secara bertahap *loyalty* dapat terbentuk sebagai berikut:

---

[29] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa:Berbasis Kompetensi Edisi 3*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 211-212.

[30] Dadang Munandar, *Relationship Marketing: Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Cetakan Pertama*, (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), hal. 14.

a. *Cognitive loyalty*

Loyalitas pada level ini berdasarkan *cognitive* semata, konsumen berdasarkan informasi yang diterima memperbandingkan produk/jasa yang satu dan lainnya dengan pemilihan keputusan pada informasi yang paling menarik bagi konsumen. Tingkat loyalitas pada tahap ini sangat labil dan konsumen sangat mudah berpindah.

b. *Affective loyalty*

Loyalitas yang berdasarkan pada *affect* dan sangat bergantung pada tingkat kepuasan dan ketidakpuasan berdasarkan pada pengalamankonsumen menggunakan produk atau jasa.

c. *Conative loyalty*

Konsumen menjadi berkomitmen karena percaya dan benar-benar berkeinginan membeli (*intention*) dan membeli kembali (*repurchase*) atau menjadi loyal.

d. *Action loyalty*

Pada tingkat ini intensitas pembelian konsumen menjadikan motivasi konsumen untuk secara terus-menerus membeli dan menjadi kebiasaan membeli produk/jasa.[31]

[31]Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual Edisi PertamaCet. Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 138.

D. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Dalam membicarakan etika bisnis islami adalah menyangkut "*Business Firm*" dan atau "*Business Person*", yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Etika untuk berbisnis secara baik dan *fair* dengan menegakkan hukum dan keadilan secara konsisten dan konsekuen setia pada prinsip-prinsip kebenaran, kedaban dan bermartabat.

a. Karena bisnis tidak hanya bertujuan untuk profit melainkan perlu mempertimbangkan nilai-nilai manusiawi, apabila tidak akan mengorbankan hidup banyak orang, sehingga masyarakat pun berkepentingan agar bisnis dilaksanakan secara etis.
b. Bisnis dilakukan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya, sehingga membutuhkan etika sebagai pedoman dan orientasi bagi pengambilan keputusan, kegiatan, dan tindak tanduk manusia dalam berhubungan (bisnis) satu dengan lainnya.
c. Bisnis saat ini dilakukan dalam persaingan yang sangat ketat, maka dalam persaingan bisnis tersebut, orang yang bersaing dengan tetap memperhatikan norma-norma etis pada iklim yang semakin profesional justru akan menang.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengertian etika bisnis islami tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi.

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islami

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, atau aturan (norma) etika tersebut di wujudkan dalam bentuk aturan hukum. Sebagai kontrol terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atas budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi.

Etika bisnis hanya bisa berperan dalam suatu komunitas moral, tidak merupakan komitmen individual saja, tetapi tercantum dalam suatu kerangka sosial. Etika bisnis menjamin bergulirnya kegiatan bisnis dalam jangka panjang, tidak terfokus pada keuntungan jangka pendek saja. Etika bisnis akan meningkatkan kepuasan pegawai yang merupakan stakeholders yang penting untuk diperhatikan.[32]Adapun prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islami harus mencakup:

[32]Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha Cetakan Kesatu*, (Alfabeta, Bandung: 2013), hal. 35-36

a. Kesatuan (*unity*)

Adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

b. Keseimbangan (*equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.

c. Kehendak bebas (*free will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan Pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecendrungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas

dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.

d. Tanggungjawab (*responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

e. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salahpihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

3. Ruang Lingkup Etika Bisnis Islami

Ruang lingkup etika bisnis Islami dikelompokkan menjadi lima bagian penting, yaitu:

a. Konsepsi Islam dan nilai-nilai yang ada di dalamnya.
b. Konsep dasar etika bisnis secara umum dan landasan teori-teori yang membentuknya.
c. Akhlak Islami sebagai fondasi dasar peletakan etika bisnis Islam dan masalah-masalah yang terkandung di dalamnya perspektif al-Quran dan al-Hadits.
d. Internalisasi akhlak Islam dalam bisnis, yang difokuskan pada perilaku produsen, konsumen, distributor bagi perusahaan, pelaku pasar, etika perbankan.
e. Lembaga yang mengatasi persengketaan (*ash-shulh* dan *at-tahkim*).[33]

[33]Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha Cetakan Kesatu*, (Alfabeta, Bandung: 2013), hal. 45-47.

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif, pendekatan yang dilakukan dengan cara menggambarkan kejadian yang terjadi dilapangan dengan menggambarkan, menunjukkan, menafsirkan suatu fenomena yang terjadi pada masa sekarang.[34] Lebih khususnya, penulisan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang mencoba menganalisis atas fenomena yang terjadi saat ini.[35] Serta melalui wa wancara dan observasi. Dalam penelitian ini mendeskripsikan tentang manajemen risiko pada usaha jasa ekspedisi.

2. Lokasi dan waktu penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi. Pemilihan lokasi ini dikarenakan adanya sejumlah risiko yang terjadi di ekspedisi CV Kita Bersama.[36]

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 02 Februari 2018 sampai disetujui untuk munaqasah.

---

[34]Suhami Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Bima Aksara,1986), hal. 187.

[35] Lexy J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Cetakan. Ke 5*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,1995), hal. 3.

[36] Hasil Pengamatan, *Analisis Manajemen Risiko Pada Usaha Jasa Ekspedisi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Di Ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi*, Pada Tanggal 02 Februari 2018.

3. Sumber data

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan.Dalam penelitian data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi. Data ini meliputi data risiko yang terjadi di ekspedisi CV Kita Bersama, pelaksanaan manajemen risiko ekspedisi CV Kita Bersama, fasilitas yang mendukung dalam pelaksanaan manajemen risiko dan data lain yang relevan dan mendukung penyelesaian penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik.[37] Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data-data yang mendukung atas permasalahan yang dibahas seperti data-data yang dikeluarkan oleh kantor ekspedisi. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari internal ekspedisi melalui dokumen-dokumen yang ada di kantor ekspedisi.Data ini meliputi data sejarah perusahaan, jumlah pelanggan ekspedisi CV Kita Bersama, jenis serta jumlah barang, dan data lain yang relevan dan mendukung penyelesaian penelitian ini.

[37]Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis Edisi Pertama Cetakan Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 79.

4. Unit analisis,objek dan informan penelitian

a. Unit analisis

Unit analisis penelitian dalam penelitian ini adalah ekspedisi CV Kita Bersama, tepatnya ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi.

b. Objek penelitian

Objek penelitian ini adalah pelaksanaan manajemen risiko pada usaha jasa ekspedisi CV Kita Bersama dalam meningkatkan jumlah pelanggan ditinjau dari etika bisnis islam.

c. Informan penelitian

Informan dalam penelitian ini yaitu orang yang benar-benar tahu Tentang permasalahan yang diteliti. Maka informan dalam penelitian mengenai manajemen risiko pada usaha jasa ekspedisi ini yaitu berjumlah 2 orang yang terdiri dari pimpinan usaha jasa ekspedisi CV Kita Bersama dan 1 orang karyawan yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti.

5. Teknik pengumpulan data

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan tanya jawab dengan tatap muka antara pewawancara dan yang diwawancarai tentang masalah yang diteliti,

dimana pewawancara bermaksud memperoleh persepsi, sikap, dan pola pikir dari yang diwawancarai yang relevan dengan masalah yang diteliti.[38]

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara terbuka untuk mendapatkan data primer dengan pihak-pihak ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi dalam bentuk pertanyaan lisan yang dilakukan secara terstruktur seputar permasalahan yang sedang diteliti.

b. Observasi

Kegiatan observasi meliputi melakukan pencatatan secara sistematik kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan.[39]Observasi dalam penelitian ini, dilakukan dengan mengamati secara langsung pada ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi.

6. Teknik analisis data

Berdasarkan inti penyusunan di atas, maka dalam melaksanakan penganalisaan penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis yang bersifat kualitatif. Analisis kualitatif yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif, membandingkan teori yang dipelajari dengan kenyataan yang penulis temukan di lapangan.

[38]Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik Edisi 1 Cet. 3*, (Bumi Aksara: Jakarta, 2015), hal. 162.

[39]Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi Pertama Cetakan Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hal. 224.

Setelah data terkumpul, penulis mengolahnya dengan mengadakan seleksi terhadap data, kemudian akan diklasifikasikan sesuai aspek masalah yang telah disusun, setelah itu akan dianalisis dengan menggunakan analisis data kualitatif, yang berhubungan dengan kajian Ekonomi Islam. Dalam penelitian ini, yang penulis lakukan adalah mengolah data dengan mengadakan seleksi terhadap data yang didapat kemudian diklasifikasikan sesuai aspek masalah yang telah disusun.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Berdirinya Perusahaan

Perusahaan ekspedisi CV Kita Bersama yang terletak di Aur Kuning, Jln By Pass Bukittinggi ini pada awalnya perusahaan ini bernama CV Endah Putra yang terletak di Jakarta. Tidak lama kemudian pimpinan dari perusahaan CV Endah Putra ini meninggal dunia. Setelah keadaan itu perusahaan ini terpecah menjadi dua yaitu perusahaan ekspedisi CV Endah tersebut dan CV Kita Bersama.

Adapun perusahaan ekspedisi CV Endah Putra ini dikarenakan pimpinannya sudah meninggal, maka perusahaan ini diteruskan oleh anak dari pimpinan tersebut. Sedangkan perusahaan yang baru yaitunya ekspedisi CV Kita Bersama dibentuk oleh anggota-pegawai yang berada dilingkungan ekspedisi CV Endah Putra. Maka dari itu mulailah perusahaan ini beroperasi.

Tidak lama kemudian perusahan dari CV Kita bersama membuka cabang dari perusahaannya. Yang mana perusahaan ini berpusat di Jakarta, dan membuka cabang di Bukittinggi. Sementara perusahaan dari CV Endah Putra belum membuka cabang yang rutenya tetap di sekitaran Jakarta. Sementara itu perusahaan CV Kita bersama ini telah membuka cabang di Bukittinggi yaitu yang berada di Aur Kuning Jln By Pass Bukittinggi. Cabang CV Kita Bersama yang berada di Bukittinggi ini

mulai beroperasi pada tanggal 27 Agustus 1990. Maka perusahaan ini mulai mendapat simpati dari konsumen dalam pengiriman barangnya. Adapun barang yang dikirim yaitu karpet, sepatu, busa, tekstil. Dan dari tahun ke tahun perusahaan ekspedisi CV Kita Bersama ini mulai berkembang sampai sekarang.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki visi dan misinya masing-masing. Adapun visi dan misi dari perusahaan ekspedisi CV Kita Bersama ini yaitu:

a. Visi

Menjadi perusahaan ekspedisi yang maju dengan pelayanan yang berkualitas dan terpercaya kepada konsumen.

b. Misi

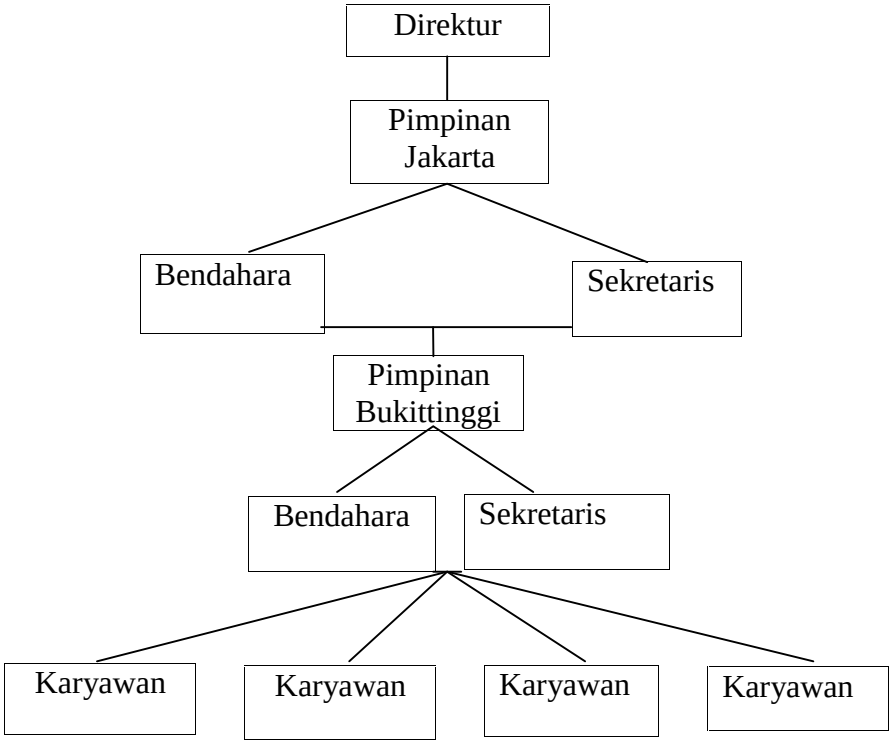
1. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan .
2. Memenuhi harapan setiap konsumen dalam pengiriman yang cepat, tepat dan aman.
3. Bekerja keras dan profesional dalam melakukan pengiriman barang kepada konsumen.

3. Struktur Organisasi Perusahaan

Salah satu faktor penting dalam perusahaan adalah menentukan struktur organisasi. Perusahaan ekspedisi CV Kita Bersama memiliki struktur organisasi yang terstruktur dalam menjalankan kinerjanya, supaya

dalam menjalankan kinerja perusahaan ini memiliki tanggung jawab yang jelas.

Struktur organisasi ekspedisi CV Kita Bersama
Gambar 1.1



Sumber: Hasil wawancara dengan karyawan ekspedisi CV Kita Bersama, 2018.

Adapun rincian tugas dari masing-masing struktur organisasi ekspedisi CV Kita Bersama tersebut yaitu:

1. Direktur

   Adapun tugas dari direktur ekspedisi CV Kita Bersama yaitu:

   a. Sebagai penyandang dana

   b. Mengatur dan mengawasi kinerja bawahannya

2. Pimpinan Jakarta

   Adapun tugas dari pimpinan Jakarta ekspedisi CV Kita Bersama yaitu:

   a. Mengatur barang yang akan di supply ke daerah

b. Mengkoordinir mobil yang akan memuat

3. Bendahara Jakarta

   Adapun tugas dari bendahara Jakarta ekspedisi CV Kita Bersama yaitu:

   a. Mengatur masalah keuangan ekspedisi di kantor cabang

   b. Memberi uang jalan kepada sopir

4. Admin Jakarta

   Adapun tugas dari admin Jakarta ekspedisi CV Kita Bersama yaitu:

   a. Mengetik surat jalan

   b. Membuat blanko-blanko surat jalan

   c. Menghitung barang yang naik ke mobil

5. Pimpinan Bukittinggi

   Adapun tugas dari pimpinan ekspedisi CV Kita Bersama yaitu:

   a. Mengatur dan mengawasi kinerja karyawan

   b. Mengatur pendistribusian barang ke toko-toko

   c. Bertanggung jawab penuh atas perusahaan

6. Bendahara

   Adapun tugas dari bendahara ekspedisi CV Kita Bersama yaitu:

   a. Menerima uang dari hasil tagihan di pasar setelah barang diantar

   b. Membayar gaji karyawan

7. Admin

   Adapun tugas dari admin ekspedisi CV Kita Bersama yaitu:

   a. Membukukan slip-slip barang yang telah diantar ke toko-toko dan mengecek barang yang turun dari mobil yang datang dari Jakarta

b. Memberikan surat barang yang akan diantar ke toko-toko

8. Karyawan

Adapun tugas dari karyawan ekspedisi CV Kita Bersama yaitu:

a. Membongkar barang dari mobil yang datang dari Jakarta

b. Memuat barang ke mobil serta mengantarkannya ke toko-toko

d. Perkembangan perusahaan CV Kita Bersama

Perusahaan CV Kita Bersama dari sejak mulai beroperasi sudah mulai berkembang yaitu dari tahun berdiri pada tahun 1990-an, para pelanggan sudah mulai simpati dengan perusahaan ini, dari tahun ke tahun perusahaan ini mulai terlihat perkembangannya dengan adanya sejumlah pelanggan yang mulai berlangganan di perusahaan ini.

Namun perkembangan dari perusahaan ini tidak selalu meningkat, kadangkala ada pula saatnya menurun. Hal ini terlihat dari adanya para pelanggan yang hilang atau berpindah langganan, dari tahun ke tahun perusahaan ini mempunyai beberapa langganan yang berpindah, otomatis perusahaan pengiriman barangnya sedikit dari perusahaan pusat yaitu Jakarta, maka dari itu perusahaan pun pemasukannya juga menurun. Secara lebih jelas jumlah pendapatan yang diperoleh oleh ekspedisi CV Kita Bersama ini selama 5 tahun dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini

Tabel 1.2

Jumlah Pendapatan Ekspedisi CV Kita Bersama tahun 2013-2017

Tahun	Pendapatan	Biaya Risiko
2013	500.000.000	35.000.000

2014	300.000.000	80.000.000
2015	600.000.000	20.000.000
2016	380.000.000	95.000.000
2017	250.000.000	70.000.000

Sumber: Hasil wawancara dengan Hendri, pimpinan ekspedisi CV Kita Bersama, 2018[40]

Maka dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan ekspedisi CV Kita Bersama berfluktuasi dan begitu juga dengan biaya manajemen risiko yang dikeluarkan oleh perusahaan ini juga berfluktuasi jumlahnya. Maka jika dilihat dari biaya manajemen risiko yang dikeluarkan oleh perusahaan lumayan besar setiap tahunnya.

Namun di balik adanya pelanggan yang berpindah dari ekspedisi CV Kita Bersama ini, ada juga pelanggan baru yang simpati dengan perusahaan ini dalam mengirim barangnya. Adapun pelanggan baru tersebut ada yang berasal dari sekitaran Bukittinggi dan ada juga yang berasal dari luar Bukittinggi seperti Pariaman, Batusangkar dan Payakumbuh. Namun pada 5 tahun terakhir ini perusahaan ekspedisi CV Kita Bersama mempunyai pelanggan yang cukup banyak, namun pada tahun 2017 pelanggan perusahaan ini banyak yang berpindah, dibandingkan 4 tahun sebelumnya. Dan pada tahun 2018 ini ada sejumlah pelanggan baru yang berlangganan di perusahaan ini.

Jadi perkembangan perusahaan ini berfluktuasi dari tahun ke tahun, terlihat dari adanya sejumlah pelanngan yang berpindah dan masuk di perusahaan ini, namun sejak 5 tahun terakhir ini perkembangan perusahaan ini membaik.

[40] Sumber: *Hasil wawancara dengan Hendri*, pimpinan ekspedisi CV Kita Bersama, 2018

e. Persaingan Perusahaan CV Kita Bersama

Pada saat sekarang ini perusahaan ekspedisi sudah banyak yang diminati oleh konsumen dalam hal pengiriman barangnya. Para konsumen banyak yang mempercayai ekspedisi dalam pengiriman barangnya, karena pengiriman barang lewat perantara ekspedisi lebih mudah dalam proses pengirimannya. Maka dari itu tidak sedikit pula para pendiri usasa jasa ekspedisi ini.

Pada saat sekarang ini perusahaan ekspedisi ini banyak didirikan, maka dari itu persaingan dari CV Kita bersama mempunyai banyak persaingan. Di Bukittinggi ini yaitu disekitaran Jln By Pass Bukittinggi ada sebanyak 15 perusahaan ekspedisi yang berdiri, belum lagi di daerah lain yang di sekitaran bukittinggi. Perusahaan CV Kita Bersama mempunyai persaingan yang ketat, karena itu seharusnya perusahaan ini memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, agar konsumen tertarik berlangganan di ekspedisi ini.[41]

B. **Manajemen Risiko Pada Usaha Jasa Ekspedisi CV Kita Bersama**

Pada perusahaaan ekspedisi CV Kita Bersama terdapat sejumlah risiko yang akan menghambat perkembangan perusahaan. Untuk itu perusahaan sangat memerlukan manajemen risiko dalam mengatasi kerugian perusahaan. Manajemen risiko merupakan suatu proses yang terstruktur dalam mengelola suatu risiko. Perusahaan memerlukan suatu tahapan dalam

[41]Sumber: *Hasil wawancara dengan Febri Ramadhani* , karyawan ekspedisi CV Kita Bersama, 2018.

melakukan manajemen risiko, untuk itu suatu risiko yanag terjadi akan mudah dalam proses pengelolaannya. Tahapan dalam melakukan manajemen risiko tersebut yaitu:

1. Identifikasi Risiko

Komponen ini mengidentifikasi kejadian-kejadian potensial baik yang terjadi dilingkungan internal maupun eksternal organisasi yang mempengaruhi strategi atau pencapaian tujuan dari organisasi perusahaan. Kejadian tersebut dapat berdampak positif atau negatif.

Adanya risiko-risiko yang terjadi dalam perusahaan akan mempengaruhi terhadap keberlangsungan dari perusahaan. Risiko tersebut akan menghambat perkembangan dari perusahaan tersebut. Maka dari itu perusahaan harus mengidentifikasi risiko yang terjadi dalam perusahaan agar dapat memanajemeni risiko tersebut.

Adapunrisiko-risikoyang terjadi dalam perusahaan CV Kita Bersama sebagai berikut:

a. Ketidaksesuaian jumlah barang yang datang dari Jakarta sampai ke ekspedisi CV Kita Bersama

Adanya kekurangan jumlah barang yang di kirim dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama. Setelah di cek ternyata barang tersebut kurang dari jumlah sebenarnya. Barang yang sering kurang yaitu karpet, ada yang mencapai 5 potong atau lebih dalam satu mobil angkutan dari

Jakarta dengan mencapai harga 800 ribu/potong. Maka barang konsumen yang diantarkan tidak sesuai dengan jumlah sebenarnya.

b. Keterlambatan barang yang datang dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama Bukittinggi

Pada proses pengangkutan barang dari Jakarta ke Bukittinggi terjadi keterlambatan sampai ketujuan yaitu CV Kita Bersama. Keterlambatannya pengiriman tersebut bervariasi yaitu ada yang terlambat selama 1 hari, 2 hari dan seterusnya tergantung pada faktor yang mengakibatkan barang tersebut sampai ke tujuan. Terlambatnya barang sampai dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama, maka hal ini menyebabkan terlambat pula barang diantarkan kepada konsumen. Hal ini sanagat mempengaruhi pendistribusian barang kepada konsumen karena tidak tepat waktu.

c. Kerusakan pada barang

Pada saat proses pengangkutan barang dari Jakarta ke Bukittinggi yaitunya CV Kita Bersama barang pelanggan yang di bawa dengan mobil angkutan tersebut ternyata barangnya terkena kerusakan seperti basah, sobek, pecah dan lain-lain. Adapun barang yang sering rusak tersebut yaitu seperti karpet ,batik, dus-dus.

Ada pula barang yang di bawa dari Jakarta keadaaanya utuh tidak mengalami kerusakan tetapi setelah sampai di ekspedisi CV Kita Bersama Bukittinggi ternyata pada saat melakukan pembongkaran

terjadi kerusakan pada barang dikarenakan tidak hati-hati dalam membongkar. Hal tersebut tentu saja konsumen tidak mau menerima barang yang rusak tersebut.

Adapun sumber-sumber dari risiko-risiko tersebut terjadi yaitu:

a. Risiko ketidaksesuaian jumlah barang yang datang dari Jakarta sampai ke ekspedisi CV Kita Bersama

   Adanya jumlah barang yang kurang dari Jakarta setelah dilakukan pengecekan di ekspedisi CV Kita Bersama Bukittinggi, hal ini terjadi dikarenakan tidak telitinya pihak di Jakarta dalam melakukan pemuatan barang ke mobil sehingga barang tertinggal di perusahaan Jakarta. Kadang barang yang dimuat dari Jakarta telah cukup jumlahnya ternyata di tengah perjalanan dari Jakarta ke Bukittinggi terjadi perampokan/bajing loncat. Perampok tersebut menyobek terpal mobil saat mobil berjalan dan menurunkan barang satu persatu. Perampokan ini sering terjadi pada malam hari.

b. Risiko keterlambatan barang yang datang dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama Bukittinggi

   Keterlambatan barang yang datang dari Jakarta sampai di Bukittinggi terjadi dikarenakan pada saat pengangkutan barang dari Jakarta dengan menggunakan mobil sopir yang mengangkut barang hanya 1 orang, jadi waktu peristirahatannya selama perjalanan lebih lama, sulitnya BBM selama di perjalanan maka dari itu mobil harus

berhenti untuk mencari BBM. Kadangkala terjadinya kecelakan selama perjalanan dari Jakarta ke Bukittinggi. Maka hal inilah yang membuat barang terlambat sampai di Bukittinggi.

c.Risiko kerusakan pada barang

Rusaknya barang seperti basah disebabkan oleh faktor cuaca yaitu dalam perjalanan dari Jakarta ke Bukittinggi ternyata hari hujan, maka air akan masuk ke terpal maka barang-barang basah dan lantai mobil yang bocor maka pada saat hujan, air yang berada di bawah akan mengenai barang. Serta tidak hati-hati dalam melakukan pembongkaran, maka barangpun akan pecah dan sobek.

Maka hal inilah yang menyebabkan suatu risiko ini terjadi dalam melakukan proses kinerja di perusahaan ekspedisi CV Kita bersama, karena faktor tersebut tidak bisa dihindari dan perusahaan hanya bisa memanajemeni risiko risiko tersebut, maka dilakukan terlebih dahulu pengukuran risiko.

2. Pengukuran Risiko

Proses pengukuran risiko penting bagi perusahaan dalam memanajemeni risiko. Dalam proses pengukuran risiko ini bertujuan untuk memahami signifikan dari akibat yang ditimbulkan oleh sutu risiko, maka dengan itu pengelolan risiko akan terarah. Adapun pengukuran risiko tersebut dengan cara sebagai berikut:

Dari adanya risiko-risiko tersebut tentu mempunyai dampak yang sangat berpengaruh terhadap perusahaan. Perusahaan tidak akan bisa berkembang. Serta tidak terwujudnya tujuan dari perusahaan sendiri. Adapun dampak dari adanya risiko yang terjadi adalah dari ketidaksesuaian barang yang datang dari Jakarta ke Bukittinggi akan berdampak terhadap berkurangnya pendapatan perusahaan, kalau barang pelanggan tersebut masih ada di Jakarta maka perusahaan tidak jadi mengganti rugi.

Kurangnya barang konsumen akan menyebabkan kurangnya kepercayaan pelanggan dalam mengirim barangnya. Karena barang yang dikirim diharapkan sesuai kuantitasnya malah berkurang. Serta kalau barang para konsumen tersebut kurang, maka konsumen tersebut tidak mau membayar tagihan kepada perusahaan.

Keterlambatan pengiriman barang sampai kepada konsumen hal ini tentu membuat konsumen merasa kesal dan berkurangnya kepercayaan pelanggan karena tidak efektif dalam pengiriman barangnya, dengan itu pelanggan tadi akan berpindah ke ekspedisi lain dan akan berhenti berlangganan dengan perusahaan ini. Otomatis pelanggan perusahaan ini berkurang dan pemasukan perusahaan pun menjadi berkurang.

Dan adanya kerusakan pada barang konsumen akan menyebabkan pengeluaran perusahan menjadi besar dibanding pendapatan, pelanggan tidak mau menerima barang yang rusak tersebut. Apalagi kerusakan

tersebut terjadi pada barang barang yang mempunyai harga tinggi, maka tentu pengeluaran perusahaan akan besar pula.

Selain itu dampak dari adanya risiko-risiko tersebut para karyawan akan berkurang karena tidak sanggup dalam melakukan pembayaran gaji karyawan. Maka otomatis kondisi perusahaan akan merosot dan rugi karena tidak sesuainya pendapatan dengan pengeluaran perusahaan, perusahaan tidak akan berkembang dan tidak bisa beroperasional dengan baik.

3. Pengelolaan Risiko

Setelah diketahui dampak dari risiko-risiko tersebut maka akan bisa menentukan strategi yang dilakukan dalam menangani risiko. Pengelolan risiko sangat penting karna dapat meminimalisir tingkat risiko yang dihadapi. Hasil wawancara dengan pihak ekspedisi bahwa pengelolaan risiko-risiko yang terjadi pada perusahaan yaitunya sebagai berikut:

1. Risiko ketidaksesuaian barang yang datang dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama

   Adanya barang konsumen yang kurang jumlahnya setelah dilakukan pengecekan maka barang yang kurang tersebut apabila kekurangannya disebabkan tidak telitinya karyawan dalam memuat barang ke mobil di Jakarta maka barang yang kurang tersebut tertinggal di perusahaan Jakarta maka untuk melengkapi barang yang kurang, barang konsumen yang tertinggal di Jakarta di muat ke mobil

yang datang berikutnya karena mobil yang datang dari Jakarta dalam seminggu ada 4 atau 5 buah mobil angkutan, maka barang konsumen yang tertinggal tadi bisa dimuat di mobil yang berikutnya, kemudian karyawan diperingatkan untuk lebih berhati-hati dalam memuat barang supaya barang tidak ada yang tertinggal.

Untuk masalah perampokan barang di tengah perjalanan maka perjalanan mobil harus dihentikan pada malam hari, yaitu mobil pada malam hari paling lambat jam 23.00 harus berhenti dan memulai perjalanan jam 04.00 pagi. Karena perampokan sering terjadi pada malam hari.

2. Risiko keterlambatan barang yang datang dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama

   Dalam melakukan perjalanan pengangkutan barang dari Jakarta sebaiknya sopir ditambah yaitu menjadi dua orang, memeriksa mobil sebelum berangkat apakah mobil rusak atau tidak, menyediakan cadangan BBM Di mobil sebelum berangkat agar nantinya tidak sulit dalam mencarinya dan mencari karyawan yang profesional dalam bekerja. Dan kalau pada siang hari cuaca sangat panas maka perjalanan mobil harus dihentikan dulu karena kalau diteruskan ban mobil akan meledak supaya tidak membuang waktu di perjalanan.

3. Risiko kerusakan pada barang

   Untuk masalah kerusakan barang seperti basah maka hal yang dilakukan yaitu mengganti terpal mobil yang baru agar pada saat

hujan air tidak membasahi barang didalamnya, dan memeriksa terpal tersebut pada saat akan berangkat. Kalau barang sudah berada di Bukittinggi maka pada saat pengantaran barang ke toko-toko harus ditutupdengan terpal kalau hari agak terlihat mendung agar pada saat hujan barang tidak basah. Ada juga air hujan yang masuk dari lantai bawah mobil akibat lantai mobil bocor maka sebelum berangkat harus diperiksa terlebih dahulu. Kalau rusaknya barang karena ketidak hati-hatian karyawan dalam membongkar maka karyawan harus diperingatkan lebih berhati-hati lagi dalam melakukan pembongkaran terutama pada barang yang mudah pecah atau sobek.

Maka semuanya itu dapat mengantisipasi terjadinya risiko-risiko tersebut. Risiko pada perusahaan ekspedisi akan dapat diminimalisir.

Maka setelah itu untuk menangani risiko tersebut agar tidak merugikan perusahaan yaitu dalam masalah ketidaksesuaian jumlah barang atau adanya kekurangan jumlah barang konsumen yang dikirim dari Jakarta maka diinformasikan kepada konsumen bahwa barangnya akan segera dimuat pada mobil yang datang berikutnya agar para konsumen tetap percaya pada perusahaan dan tidak kecewa dengan adanya kekurangan barang tersebut, kalau barang pelanggan hilang karena dirampok maka barang yang hilang akan diganti rugi oleh sopir yang membawa mobil dari Jakarta serta apabila barang konsumen memang kurang setelah diinformasikan kepada pihak

Jakarta barang tidak ada tertinggal dan tidak ada pula tanda perampokan maka barang yang kurang pembayaran ganti rugi ditanggung oleh para pihak yaitu perusahaan CV Kita Bersama di Bukittinggi dan pihak Jakarta serta sopir.

Dalam masalah keterlambatan barang yang sampai dari Jakarta ke CV Kita Bersama Bukittinggi maka pihak perusahaan harus menginformasikan kepada pelanggan bahwa terlambatnya barang sampai dikarenakan ada beberapa sebab supaya konsumen bisa memaklumi kondisi perjalanan mobil angkutan tersebut dan meminta maaf kepada konsumen atas keterlambatan barang tersebut hal ini dilakukan supaya konsumen tidak berpindah ke ekspedisi lain dan tetap mempercayai perusahaan. Dan dengan tetap percayanya konsumen dengan perusahaan, maka perusahaan tidak kehilangan pelanggan.

Pada masalah kerusakan barang yang basah, sobek dan pecah maka barang yang rusak tersebut diganti oleh pihak ekspedisi CV Kita Bersama dan perusahaan Jakarta serta sopir yang mengangkut barang dari Jakarta dengan seharga modal barang.

Sedangkan kalau dilihat dari tenaga kerja pada ekspedisi CV Kita Bersama ini para karyawan harus profesional dalam bekerja karna barang-barang yang akan dibongkar mempunyai ukuran yang besar dan lumayan berat, untuk itu perlu dipilih karyawan yang sanggup dalam mengerjakannya agar nantinya tidak lama dalam

proses pembongkaran dan barang selamat dan tidak jatuh sehingga terhindar dari kerusakan. Dalam proses pembongkaran barang dibutuhkan 2 orang dalam 1 mobil supaya mempercepat pembongkaran barang dan pemuatan ke mobil untuk diantar ke toko-toko.

Selain itu para tenaga kerja yang melakukan pembongkaran dan pemuatan ke mobil untuk diantar ke konsumen harus tenaga kerja yang teliti agar barang tidak tertinggal dan tidak salah dalam memuat barang konsumen, kalau tenaga kerja tidak teliti maka barangkonsumen akan sering kurang jumlahnya karena barang tersebut belum semua dimuat ke mobil dan bisa juga salah sasaran dalam mengantarkan barang kepada konsumen, barang yang seharusnya diantarkan ke toko yang ini malah diantarkan ke toko yang lain.

Sedangkan dalam segi fasilitas dan peralatannya di ekspedisi harus memadai seperti menambah kendaraan untuk operasional, kalau kendaraannya tidak mencukupi itu akan menyebabkan keterlambatan barang ke konsumen dan apabila mobil ada yang rusak maka bisa di ganti dengan mobil angkutan yang lain. Dan pastikan mobil angkutan harus dalam keadaan sehat, karena waktu pengantaran barang kepada konsumen tiba-tiba mobil angkutan tersebut rusak, dan pengantaran barang jadi terhenti. Apabila mobil rusak harus segera diperbaiki dan di ganti dahulu dengan mobil yang lain.

Serta tempat untuk meletakkan barang konsumen harus aman, yaitu memiliki gudang yang aman untuk meletakkan barang konsumen, dengan adanya tempat yang aman untuk meletakkan barang maka barang konsumen yang belum diantarkan akan terhindar dari kerusakan dan kehilangan barang.Sedangkan untuk karyawan diberikan gaji yang cukup dan pemberian uang makan untuk karyawan agar para karyawan lebih termotivasi dalam bekerja.

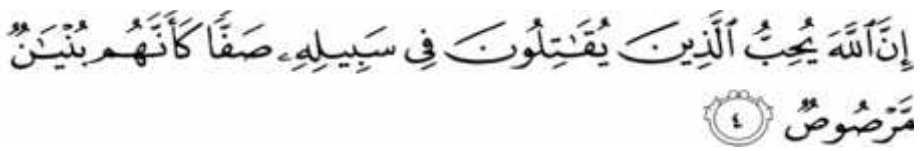
Untuk itu dalam usaha jasa ekspedisi ini mempunyai banyak risiko yang akan mempengaruhi kelangsungan perusahaan, kalau risiko-risiko tersebut terus terjadi maka perusahaan akan mengalami kerugian. Otomatis perusahaan tidak akan bisa berkembang. maka untuk itulah diperlukan manajemen risiko.[42]

4. Manajemen Risiko Usaha Jasa Ekspedisi CV Kita Bersama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Dalam usaha jasa ekspedisi CV Kita Bersama ini terdapat beberapa risiko yang terjadi, yaitunya ketidaksesuaian jumlah barang yang datang dari Jakarta sampai di ekspedisi CV Kita Bersama Bukittinggi, keterlambatan sampainya barang kepada konsumen dan adanya kerusakan barang. Maka dari adanya risiko-risiko tersebut sangat diperlukan suatu manajemen risiko supaya risiko tersebut dapat diminimalisir dan tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan.

[42]Hasil wawancara dan observasi, dengan karyawan ekspedisi CV Kita Bersama, Juli 2018.

Dalam Islam manajemen risiko usaha jasa ekspedisi harus dilakukan secara benar, jujur, tanggung jawab dan tidak menyimpang dari ajaran Islam. Tidak boleh dilakukan asal-asalan. Sebagaimana yang terdapat dalam QS. As-Saff: 4:



Artinya:

> "*Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur, mereka seakan-akan seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh*".

Dalam hadits nabi juga dijelaskan yaitu hadits yang diriwayatkan oleh An-nasa'i bahwasanya nabi SAW bersabda: "*Sesungguhnya Allah mewajibkan perbuatan yang dilakukan dengan baik dalam segala hal, jika kamu membunuh binatang maka lakukanlah dengan cara yang baik, jika kamu mau menyembelih maka sembelihlah dengan cara yang baik, pertajamlah alat potongnya, kemudian istirahatkanlah binatangnya*". (HR. An-Nasa'i).[43]

Maka jelaslah bahwa sesuatu pekerjaan itu harus dilakukan secara benar serta tidak menyimpang dari ajaran Islam. Maka disini manajemen risiko yang di dilakukan harus dilakukan dengan benar, tertib dan tidak menyimpang dari ajaran Islam.

Manusia hanya mampu menjalankan suatu usaha dengan baik dan berusaha supaya apa yang diusahakannya itu dapat berjalan sesuai dengan apa yang dituju. Namun manusia tidak mengetahui apa yang akan terjadi terhadap bisnis yang dilakukannya, karna manusia hanya mampu

[43] Ilfi Nur Diana, *Hadis-hadis Ekonomi Cet ke 3*, (Malang: UIN Maliki Press, 2012), hal. 155.

mengetahui, memprediksi dan mengantisipasi kemungkinan yang terjadi pada perusahaan. Manusia hanya mampu berusaha dan bertawakal atas apa yang terjadi pada bisnis yang dilakukan.

Sebagaimana yang terdapat dalam surat Al-Hasyr ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya:

> *Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Teliti terhadap apa-apa yang kamu kerjakan.*(QS.Al-Hasyr:18).

Ayat ini dijelaskan oleh Al-Maraghi bahwasanya perhatikanlah apa yang telah kamu kerjakan untuk akhiratmu dan bermanfaat bagimu pada hari perhitungan dan pembalasan, pada hari itu setiap yang menyusui meninggalkan susuannya, dan engkau melihat manusia mabuk, namun karena bingung karena terjadinya azab Allah.[44]

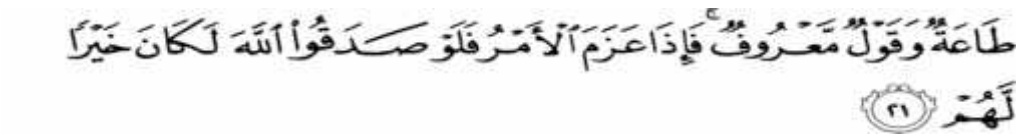
Ayat ini menjelaskan bahwa pentingnya manajemen risiko dalam suatu bisnis, dengan meperhatikan apa-apa yang akan mungkin terjadi pada bisnis karna dengan adanya manajemen risiko ini bisnis yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar dan terhindar dari risiko kerugian pada perusahaan.

[44] Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 1992), hal. 84.

Setelah melakukan penelitian dilapangan maka dapat diketahui manajemen risiko yang diterapkan oleh perusahaan CV Kita Bersama supaya risiko tersebut tidak merugikan perusahaan.

Maka dapat dianalisa bahwa proses manajemen risiko yang diterapkan oleh perusahaan ini sudah memenuhi kriteria etika bisnis Islam. Terlihat bahwa proses manajemen risiko yang dilakukan oleh perusahaan sudah memenuhi kriteria etika Bisnis Islam yaitunya pihak perusahaan dalam mengelola risiko dengan cara yang jujur, dan bertanggung jawab. Hal ini terbukti dengan pengelolaan risiko yang dilakukan perusahaan ekspedisi yaitu tidak menyembunyikan kecacatan barang kepada konsumen. Barang konsumen yang rusak akan segera diganti, walaupun rusaknya hanya sedikit tetap diganti oleh perusahaan serta barang yang kurang tersebut akan di ganti berdasarkan jumlah kekurangan dari barang konsumen, serta meminta maaf kepada konsumen atas keterlambatan datangnya barang tersebut

Sebagaimana yang terdapat dalam QS. Muhammad: 21


طَاعَةٌ وَقَوْلٌ مَّعْرُوفٌ ۚ فَإِذَا عَزَمَ الْأَمْرُ فَلَوْ صَدَقُوا اللَّهَ لَكَانَ خَيْرًا
لَّهُمْ ﴿٢١﴾

Artinya:

> *"(Yang lebih baik bagi mereka adalah) taat (kepada Allah) dan bertutur kata yang baik. Sebab apabila perintah (perang) ditetapkan (mereka tidak menyukainya). Padahal jika mereka*

benar-benar (beriman) kepada Allah, niscaya yang demikian itu lebih baik bagi mereka".

Dalam hadits Abdullah bin Mas'ud r.a menuturkan bahwa Rasulullah SAW bersabda: "*Hendaklah kalian senantiasa berlaku jujur, karena sesungguhnya kejujuran akan mengantarkan pada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan akan mengantarkan pada surga. Jika seseorang senantiasa berlaku jujur dan berusaha untuk jujur, maka dia akan dicatat di sisi Allah sebagai orang yang jujur. Hati-hatilah kalian dari berbuat dusta, karena sesungguhnya dusta akan mengantarkan kepada kejahatan dan kejahatan akan mengantarkan pada neraka. Jika seseorang sukanya berdusta dan berupaya untuk berdusta, maka ia akan dicatat di sisi Allah sebagai pendusta"*.

Ayat tersebut menjelaskan keutamaan dalam bersikap jujur dalam menjalankan bisnis, yang tidak ada unsur penipuan atau kecurangan didalamnya, maka apabila seorang pelaku bisnis telah bertindak jujur, maka usaha yang dijalankan akan lebih berkah dan diridhoi oleh Allah SWT.

Dari sini terlihat bahwa perusahaan telah melakukan manajemen risiko yang sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu bersikap jujur dan adanya tanggung jawab perusahaan kepada konsumen dalam melakukan bisnis jasa ekspedisi, serta tidak ada unsur kecurangan dalam menjalankan bisnisnya, ini supaya pelanggan tetap loyal terhadap perusahaan dan konsumen akan tetap percaya kepada perusahaan ini untuk mengirim barangnya. Maka hal yang dilakukan oleh perusahaan dalam memanag risiko terlihat sudah memenuhi kriteria etika bisnis Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisis yang penulis lakukan, pada perusahaan ekspedisi CV Kita Bersama terdapat sejumlah risiko yang terjadi yaitunya ketidaksesuian jumlah barang yang datang dari Jakarta sampai ke ekspedisi CV Kita Bersama, keterlambatan barang yang datang dari Jakarta ke ekspedisi CV Kita Bersama dan adanya kerusakan pada barang.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk meminimalisir risiko-risiko tersebut dapat dilakukan suatu manajemen risiko pada perusahaan ekspedisi, pihak ekspedisi terlebih dahulu melakukan identifikasi risiko seperti mengetahui sumber-sumber risiko yaitu ketidaktelitian karyawan, perampokan, kurangnya sopir, sulitnya BBM, kecelakaan, serta faktor cuaca. Maka setelah itu dilakukan pengukuran risiko yaitu akibat atau dampak bagi perusahaan dengan adanya risiko tersebut yaitu sangat berpengaruh pada keberlangsungan perusahaan ekspedisi CV Kita Bersama.

Maka selanjutnya dilakukan pengelolaan risiko yaitu dengan menyediakan fasilitas yang bagus dan memadai dalam pengangkutan barang, memperhatikan situasi dan kondisi perjalanan dalam proses pengangkutan barang dari Jakarta ke Bukittinggi seperti faktor cuaca dan waktu dalam perjalanan, dan barang pelanggan yang kurang jumlahnya dan yang mengalami kerusakan akan diganti, apabila kekurangan jumlah barang dikarenakan tertinggal di perusahaan Jakarta maka barang tersebut akan

dimuat di mobil yang datang berikutnya dan meminta maaf kepada pelanggan atas keterlambatan barang.

Maka dapat disimpulkan manajemen risiko yang dilakukan oleh perusahaan ekspedisi CV Kita Bersama sudah memenuhi kriteria etika bisnis Islam.

B. Saran

Berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan, maka peneliti mengajukan saran berupa:

1. Agar Pihak perusahaan seharusnya meningkatkan fasilitas seperti mobil yang lebih sehat dalam pengangkutan barang dan memiliki terpal yang bagus supaya barang tidak rusak diakibatkan faktor cuaca dan menambah jumlah mobil angkutan untuk mengantarkan barang konsumen.
2. Agar perusahaan seharusnya merekrut karyawan yang profesionalitas dalam bekerja terlebih pekerjaannya dianggap berat dan karyawannya yang lebih berhati-hati.
3. Agar pihak perusahaan seharusnya berusaha mengelola bisnisnya agar tidak melenceng dari syariat Islam dan supaya bisnis yang dijalankan mudah berkembang dan lebih diminati oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Maraghi, Ahmad Mushthafa,1992. *Tafsir Al-Maraghi*, Semarang: PT. Karya Toha Putra

Anoraga, Pandji, 2009. *Manajemen Bisnis, Cetakan Keempat*, Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, Suhami, 1986. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Bima Aksara.

Aziz, Abdul, 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha, Cetakan Kesatu*, Bandung: Alfabeta.

Darmawi, Herman, 2010. *Manajemen Resiko, Edisi Pertama Cetakan ke 12*, Jakarta: Bumi Aksara.

Diana, Ilfi Nur, 2012. *Hadis-hadis Ekonomi Cet ke 3*, Malang: UIN Maliki Press

Fahmi, Irham, 2014. *Manajemen Teori Kasus dan Solusi, Cetakan ke 3*, Bandung: alfabeta.

Gunawan, Imam, 2015. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik, Edisi 1 Cet. 3*, Jakarta: Bumi Aksara.

Hasil Pengamatan, *Analisis Manajemen Risiko Pada Usaha Jasa Ekspedisi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Di Ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi,* Pada Tanggal 02 Februari 2018.

Herlambang, tedy, 2002. *Ekonomi Manajerial dan Strategi Bersaing, Edisi 1 Cetakan Pertama,* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Hutasuhut, Hari Fahmy, 2015. "*Analisis Pengelolaan Risiko Operasional Suatu Bisnis Jasa Ekspedisi Laut Untuk Memuaskan Stakeholders*", Universitas Riau.

Idri, 2015. *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi, Edisi Pertama Cet.1*, Jakarta: Kencana.

Jasfar, Farida, *Manajemen Jasa, Cetakan Pertama dan Kedua,* Ghalia Indonesia.

Johan, Suwinto, 2011. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis, Edisi 1 Cet 1,* Yogyakarta: Graha ilmu.

Lukman Faurozi dan Muhammad, *Visi Al-quran tentang Etika dan Bisnis*.

Lupiyoadi, Rambat, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa:Berbasis Kompetensi, Edisi 3*, Jakarta: Salemba Empat.

M. Hamdani, 2010. *Entrepreneurship:Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis, Cetakan 1,* Jogjakarta: Starbooks.

Maleong, Lexy J, 1995. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cetakan ke 5*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Munandar, Dadang, 2016. *Relationship Marketing: Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing, Cetakan Pertama*, Yogyakarta: Ekuilibria.

Muhammad, Rudeviansyah, 2017. "Perilaku Perusahaan Dalam Usaha Meningkatkan Kinerja Pada Industri Ekspedisi Muatan Kapal Laut Di Kota Bandar Lampung", *Jurnal Ekonomi Pembangunan,* Universitas Lampung.

Nur Hakim, Muhammad, 2013. "*Strategi pedagang ikan kering dalam manage risiko menurut ekonomi islam di Pekanbaru"*, Uin Saska Riau.

Purhantara, Wahyu, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis, Edisi Pertama Cetakan Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Syabrianto, 2017. "*Manajemen Risiko Pedagang Buah*", skripsi IAIN Bukittinggi, tidak diterbitkan.

Sarwono, Jonathan, 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Edisi Pertama Cetakan Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

. Sumber: *Hasil wawancara dengan Hendri*, pimpinan ekspedisi CV Kita Bersama, 2018.

Sumber: *Hasil wawancara dengan Febri Ramadhani* , karyawan ekspedisi CV Kita Bersama, 2018.

Sutarno, 2012. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis, Cetakan Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy, 2011. *Service, Quality & Satisfaction, Edisi 3*, Yogyakarta: CV ANDI.

Wibowo, 2008. *Manajemen Perubahan, Edisi 2*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Wahyudi, Sandy, 2012. *Entrepreneurial Branding and Selling: Road Map Menjadi EntrepreneurSejati*, *Edisi 1 Cetakan Pertama*, Yogyakarta:Graha Ilmu Edisi.

Zulkarnain, 2012. *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, *Edisi Pertama Cet. Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

https://www.scribd.com/document/352144783/*Pengertian-Dan-Cara-Kerja-Jasa-Ekspedisi* diakses pada 7 Mei 2018, pukul 20.00 WIB.

https://pengirimanmurah.com/*Cara-Merintis-Bisnis-Ekspedisi-Murah* diakses pada 1 Juni 2018, Pukul 14.00 WIB.

KISI-KISI PENELITIAN

Judul: Manajemen Risiko Pada Usaha Jasa Ekspedisi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Jenis Instrumen	No
Manajemen risiko pada usaha jasa ekspedisi dalam meningkatkan jumlah pelanggan	1. Identifikasi risiko	a. Komponen risiko yang terjadi dalam bisnis ekspedisi b. Penyebab dari timbulnya risiko	Wawancara dan Observasi	6 7,8
	2. Pengukuran risiko	a. Akibat yang ditimbulkan oleh risiko b. Keadaan perusahaan dengan adanya risiko	Wawancara dan Observasi	9 10
	3. Pengelolaan risiko	a. Strategi yang dilakukan dalam menangani risiko secara Islam b. Tindakan perusahaan terhadap SDM dan Fasilitas	Wawancara dan observasi	11 12

PEDOMAN WAWANCARA

Informan :

Alamat :

Jabatan :

1. Bagaimana sejarah berdirinya perusahaan ini?
2. Apa visi dan misi dari perusahaan?
3. Bagaimana bentuk struktur perusahaan saat ini?
4. Bagaimana perkembangan perusahaan saat ini?
5. Bagaimana persaingan dari perusahaan ini?
6. Apa saja risiko-risiko yang terjadi di perusahaan ini?
7. Apa penyebab dari timbulnya risiko-risiko tersebut?
8. Apa saja jenis barang yang sering berisiko?
9. Apa dampak dari adanya risiko-risiko tersebut?
10. Bagaimana kondisi perusahaan dengan adanya risiko-risiko tersebut?
11. Apa saja strategi yang dilakukan dalam menangani risiko-risiko tersebut secara Islam?
12. Apa yang dilakukan perusahaan terhadap SDM dan fasilitas dalam mengatasi terjadinya risiko?

EKSPEDISI CV KITA BERSAMA

Jln By Pass, Aur Kuning, Aur Birugo Tigo Balch, Bukittinggi

SURAT KETERANGAN

Nomor: 01/07/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hendri

Jabatan : Pimpinan Ekspedisi CV Kita Bersama

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Mavika Zarmayenti

NIM : 3214.170

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Manajemen Risiko Usaha Jasa Ekspedisi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Bahwa yang bersangkutan diatas melakukan penelitian di Ekspedisi CV Kita Bersama.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 28 Juli 2018

Pimpinan CV Kita Bersama

HENDRI

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih Kab.Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax : (0752) 22875
Website : www.febi.iainbukittinggi.ac.id | e-mail : febi@iainbukittinggi.ac.id

Nomor : B- 1629 /In.26.3/PP 07/06/2018
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

28 Juni 2018

Yth. Pimpinan CV. Eksdisi Kita Bersama
Jln: By Pass Bukittinggi

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Proposal Skripsi bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara :

Nama	:	**MAVIKA ZARMAYENTI**
NIM	:	**3214. 170**
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Semester	:	VIII (Delapan)
Lokasi Penelitian	:	CV. Ekspedisi Kita Bersama
Judul Skripsi	:	***Analisis Manajemen Risiko pada Usaha Jasa Ekspedisi dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus:Ekspedisi CV Kita Bersama Jln. By Pass Bukittinggi)***
Waktu	:	01 Juli 2018 S/d 28 Juli 2018

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

BIODATA PENULIS



Nama / Nim : Mavika Zarmayenti / 3214.170

Fakultas / Jurusan : FEBI / Ekonomi Islam

Tempat / Tgl Lahir : Kuta Padang / 10 November 1994

Alamat : Jorong Sigiran, Malalak Utara, Kec. Malalak

Judul Skripsi : Manajemen Risiko Pada Usaha Jasa Ekspedisi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ditinjau Dari Etika bisnis Islam (Studi Kasus Ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi)

I. PENDIDIKAN YANG DITEMPUH:

1. SDN 27 Sigiran : Tahun 2002-2008
2. MTS PPMM Munawwarah Bukittinggi : Tahun 2008-2011
3. MA Swasta PPMM Munawwarah Bukittinggi : Tahun 2011-2014
4. IAIN Bukittinggi : Tahun 2014-2018

II. DATA KELUARGA

1. Nama Orang Tua
   a. Ayah : Zarmen
   b. Ibu : Rosneti
2. Pekerjaan Orang Tua
   a. Ayah : Sopir
   b. Ibu : Pedagang
3. Jumlah Bersaudara : 4 Orang
4. Anak yang Ke : 1 (Satu)
5. Alamat Orang Tua : Jorong Sigiran, Malalak Utara, Kec. Malalak

III. MOTTO HIDUP

" Waktu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya dengan baik, maka ia akan memanfaatkanmu".



BIODATA PRIBADI

Nama Lengkap	:**Resi Rosita**
Nim	:3214.162
Tempat/Tanggal Lahir	:Sitapus, november 1997
Anak Dari	: Syafrijal (Ayah)
	:Yuslina (Ibu)
Anak Ke	: 1 (Pertama) dari 5(tujuh)
orang bersaudara	
Alamat	: Sitapus, Kec. Sangir Batang
Hari	Kabupaten Solok Selatan

MOTTO : tetaplah memandang kedapan dan sekali-kali menoleh kebelakang

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2002-2008 = SDN 27 Sigiran
2. 2008-2011 = MTS Swasta Madinatul Munawwarah Bukittinggi
3. 2011-2014 = MA Swasta Madinatul Munawwarah Bukittinggi
4. 2014-2018 = IAIN Bukittinggi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama/ NIM	: Mavika Zarmayenti/ 3214.170
Tempat/ Tanggal Lahir	: Kuta Padang/ 10 November 1994
Fakultas/ Jurusan	: FEBI/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi	: Manajemen Risiko Pada Usaha Jasa Ekspedisi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi)

Menyatakan dengan sesungguhnya karya ilmiah (skripsi/tugas akhir) dengan judul di atas adalah **benar** asli karya penulis. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri. Maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 03 Juli 2018

Penulis,

Materai

6000

Mavika Zarmayenti

NIM 3214.170

KISI-KISI PENELITIAN

Judul: Manajemen Risiko Pada Usaha Jasa Ekspedisi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Ekspedisi CV Kita Bersama Jln By Pass Bukittinggi)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Jenis Instrumen	No
Manajemen risiko pada usaha jasa ekspedisi dalam meningkatkan jumlah pelanggan	1. Identifikasi risiko	a. Komponen risiko yang terjadi dalam bisnis ekspedisi b. Penyebab dari timbulnya risiko	Wawancara dan Observasi	6 7,8
	2. Pengukuran risiko	a. Akibat yang ditimbulkan oleh risiko b. Keadaan perusahaan dengan adanya risiko	Wawancara dan Observasi	9 10
	3. Pengelolaan risiko	a. Strategi yang dilakukan dalam menangani risiko secara Islam b. Tindakan perusahaan terhadap SDM dan Fasilitas	Wawancara dan observasi	11 12

PEDOMAN WAWANCARA

Informan :

Alamat :

Jabatan :

1. Bagaimana sejarah berdirinya perusahaan ini?
2. Apa visi dan misi dari perusahaan?
3. Bagaimana bentuk struktur perusahaan saat ini?
4. Bagaimana perkembangan perusahaan saat ini?
5. Bagaimana persaingan dari perusahaan ini?
6. Apa saja risiko-risiko yang terjadi di perusahaan ini?
7. Apa penyebab dari timbulnya risiko-risiko tersebut?
8. Apa saja jenis barang yang sering berisiko?
9. Apa dampak dari adanya risiko-risiko tersebut?
10. Bagaimana kondisi perusahaan dengan adanya risiko-risiko tersebut?
11. Apa saja strategi yang dilakukan dalam menangani risiko-risiko tersebut secara Islam?
12. Apa yang dilakukan perusahaan terhadap SDM dan fasilitas dalam mengatasi terjadinya risiko?