

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kata budaya berarti hasil interaksi antara akal budi manusia sebagai makhluk sosial dengan alam sekelilingnya, dalam upaya mencapai kesejahteraannya.¹ Oleh Sebab itu, budaya merupakan dasar dari perilaku masyarakatnya. Budaya menentukan bagaimana kita bertindak dalam kesehariannya. Demikian pula dengan masyarakat Madura, masyarakat Madura dikenal memiliki budaya yang khas, unik, stereotipikal, dan stigmatik. Penggunaan istilah khas menunjuk pada pengertian bahwa entitas etnik Madura memiliki kekhususan-kultural yang tidak serupa dengan etnografi komunitas etnik lain.² Kekhasan masyarakat Madura begitu juga yang terjadi pada Desa Kamal adalah bahwa berdagang merupakan mata pencaharian orang Madura yang penting, yang dikerjakan oleh kaum pria dan wanita baik di Pulau Madura maupun dirantau.³

Sebagian pendapat, semangat kerja keras orang madura antara lain terdokumendasi dalam peribahasa madura "*oreng madhura ta' tako' mate. Tape tako' kalaparan*" (orang madura tidak takut mati tapi takut kelaparan) yang maksudnya sikap pasrah orang madura untuk mati yang tidak ditakutinya karena kematian merupakan kehendak Allah. Pada pihak lain pernyataan itu

¹ Djaali, *sosiologi Pendidikan, cetakan ke-7* (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2013), hlm. 93.

² Taufiqurrahman, *Identitas Budaya Madura, Karsa* Vol. 11 No. 1 April 2007.

³ Mien Ahmad Rifai, *Manusia Madura, cetakan ke-1* (Yogyakarta: Pilar Media, 2007), hlm. 82.

juga menekankan bahwa mereka sangat takut lapar sebab kelaparan ditimbulkan oleh ulah dirinya yang tidak rajin dan keras dalam bekerja.⁴

Namun perlu diketahui bahwa manusia adalah makhluk sosial yang keberadaanya saling membutuhkan, oleh karena itu manusia membutuhkan interaksi dan komunikasi satu sama lain.⁵ Bentuk-bentuk interaksi dan komunikasi tersebut seperti tolong menolong, kerja sama maupun saling membantu sehingga dapat mewujudkan hubungan bermasyarakat yang baik.

Salah satu bentuk interaksi sosial adalah terjadinya transaksi jual beli ,dimana transaksi jual beli adalah suatu kegiatan menukar barang dan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.⁶ Dengan adanya jual beli maka manusia dapat saling memenuhi kebutuhannya. Namun, dalam berbisnis seharusnya tidak hanya mementingkan keuntungan, akan tetapi ada norma-norma dan aturan al-Qur'an dalam berbisnis yang dikenal sebagai etika bisnis.

Dalam menjalankan aktifitas sosialnya, masyarakat Madura khususnya Kamal, dalam transaksi jual beli para pedagang memiliki cara unik yang berbeda dengan etnis Cina, dimana etnis Cina ini mereka mengapresiasi kepada pembeli dengan cara memberi barang tetapi bukan jenis barang yang diperjual-belikan oleh penjual. Sedangkan pada etnis Madura khususnya Kamal, pedagang mengapresiasi kepada pembeli dengan cara memberi barang yang diperjual-belikan oleh pedagang itu sendiri kepada si pembeli yang dikenal dengan sistem *émbu*.

⁴ *Ibid.* 347

⁵ Djaali, *sosiologi Pendidikan*, hlm.21.

⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, edisi I. (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 67.

Selain itu, etnis Cina dalam jual beli mereka menetap di toko atau pasar saja, sedangkan etnis Madura dalam berjualan tidak hanya menetap di toko, pasar, atau rumah. Mereka juga keliling mendatangi pembeli (dalam bahasa Madura *blijjhâ*).⁷

Strategi berjualan keliling dan *émbu* merupakan tradisi atau kebiasaan dan kekhasan yang dimiliki orang Madura, khususnya bagi para pedagang sayur, ikan dan buah-buahan disekitar daerah Kamal. Namun, praktek *émbu* ini tidak hanya terjadi pada pedagang keliling (*blijjhâ*) saja, praktek *émbu* ini juga terdapat pada Pasar Tradisional Kamal yang berdagang menjual ikan, sayur, dan makanan-makanan olahan.

Pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung. Barang-barang yang diperjual belikan adalah barang yang berupa barang kebutuhan pokok.⁸

Indonesia sendiri memang terkenal dengan pasar tradisionalnya yang masih tetap terjaga kelestariannya hingga saat ini, termasuk di pulau Madura. Ada begitu banyak pasar tradisional mulai dari Bangkalan-Sumenep yang dapat ditemukan dengan mudah.

Harga barang-barang dagangan di pasar tradisional pun juga relatif lebih murah daripada di pasar modern. Pasar tradisional yang selalu menyajikan barang-barang kebutuhan masyarakat dengan harga murah tetap

⁷Kata *Blijjhâ* dalam bahasa Madura adalah pedagang kecil yang mengedarkan dagangannya dari rumah ke rumah, biasanya berdagang sayur, ikan, daging dan lain-lain.

⁸ Robiatul Auliyah, *Etika Bisnis dan Profesi* , cetakan pertama (Madura: UTM Press, 2012), hlm.99.

menjadi pilihan bagi masyarakat untuk tetap membeli ditengah gempuran pasar modern.

Pertarungan usaha yang semakin ketat menuntut untuk melakukan inovasi baru agar bisnisnya tetap berjalan dan menguntungkan. Inovasi tersebut tidak hanya terjadi untuk produk saja, tetapi sudah mengarah pada kualitas layanan kepada pelanggan. Tidak heran bila perkembangannya, strategi pemasaran berubah dengan cepat mengikuti perubahan global yang terjadi.

Para penjual di Pasar Tradisional Kamal merupakan masyarakat biasa dan mayoritas kaum wanita, yang mungkin bahkan tidak memiliki latar belakang pendidikan formal apalagi pendidikan dalam hal pemasaran. Namun, para penjual di Pasar Tradisional Kamal yang mungkin tidak tahu apa *marketing mix*, *discount*, dan lain sebagainya ternyata memiliki cara tersendiri untuk menarik minat pelanggannya dalam strategi pemasarannya sistem *émbu*.

Pedagang yang menerapkan sistem *émbu* pada dagangan jualannya tidak mensyaratkan sebelumnya mengenai jumlah minimal pembelian seperti halnya *discount* atau potongan harga pada umumnya yang biasanya berlaku apabila pembeli melakukan pembelian dengan target tertentu.

Maka dengan latar belakang diatas, menarik kiranya untuk diteliti lebih dalam bagaimana strategi *émbu* dan etika bisnis Islam dalam meningkatkan minat konsumen untuk kembali membeli.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi *émbu* di Pasar Baru Kamal dalam meningkatkan minat konsumen untuk kembali membeli ?
2. Bagaimana etika bisnis Islam pedagang di Pasar Baru Kamal dalam meningkatkan minat konsumen untuk kembali membeli.

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini selain sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata 1 (S1) adalah:

1. Untuk mengetahui strategi *émbu* yang terjadi di Pasar Baru Kamal dalam meningkatkan minat konsumen untuk kembali membeli
2. Untuk mengetahui etika bisnis Islam pedagang di Pasar Baru Kamal dalam meningkatkan minat konsumen untuk kembali membeli.

D. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang bersifat kontekstual, sehingga peneliti mampu menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan mengetahui sistem embuh dalam

meningkatkan minat konsumen untuk membeli kembali dalam perspektif etika bisnis Islam.

2. Bagi Pembaca

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan informasi untuk menambah referensi bagi peneliti baik yang melakukan penelitian maupun yang sedang melakukan penelitian.

3. Bagi Universitas

Diharapkan bisa memberikan kontribusi berupa referensi ilmiah yang terpercaya serta dapat dipertanggungjawabkan, begitu juga dapat dijadikan sebagai informasi-informasi tambahan khususnya di bidang studi ekonomi Islam.

4. Bagi Pasar

Diharapkan bisa memberi manfaat bahwa sebenarnya *émbu* dan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh para pedagang itu dapat membantu dalam proses penjualan.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pembahasan skripsi yang merupakan laporan penelitian adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori meliputi tentang strategi *émbu*, strategi pemasaran serta etika bisnis Islam.

BAB III Metode penelitian meliputi jenis penelitian, sumber data, pengumpulan data, analisis data, dan keabsahan data.

BAB IV Pembahasan meliputi gambaran umum dari lokasi penelitian, serta menjawab pada rumusan masalah yang telah tertera pada bab 1.

BAB V Penutup pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.