

ABSTRAK

Lilik Wulandari, “Strategi Émbu Dan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Untuk Kembali Membeli (Studi Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Baru Kamal)”. Pembimbing : Dr. Abdur Rahman, S.Ag., M.EI, jurusan Ekonomi Syariah, 2016.

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab beberapa rumusan masalah tentang bagaimana strategi *émbu* dalam meningkatkan minat beli kembali konsumen serta bagaimana etika bisnis Islam pedagang di Pasar Baru Kamal.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara terhadap pedagang yang berjualan sayur-mayur, ikan, daging dan bumbu-bumbu dapur, serta teknik dokumentasi yang berhubungan dengan data-data penelitian dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *émbu* di Pasar Baru Kamal yakni, dengan memberikan tambahan terhadap pembeli dengan kriteria tertentu yaitu, pembeli membeli dengan jumlah banyak, pembeli adalah pelanggan setia, dan yang ketiga pembeli berniat sedekah. Hal seperti ini dalam strategi pemasaran termasuk pada bauran promosi yakni sales promotion, dan sebanyak 66,7% dapat menarik minat konsumen untuk kembali membeli. Sedangkan pada etika bisnis Islam dalam berdagang dilihat dari Tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsân para pedagang untuk menarik minat konsumen telah menggunakan prinsip-prinsip tersebut namun sebagian masih ada yang tidak menggunakannya.

Kata Kunci: *Émbu, Etika Bisnis Islam, Pasar Baru Kamal.*

ABSTRACT

LilikWulandari, “Strategies *Émbu* And Business Ethics Islam in Increasing Interst In Consumer To Back Buying (Studies In Traders Market New Traditional Kamal)”. Advisor: Dr. Abdur Rahman, S.Ag., M.EI, *Syarīah* Economic Study Program, 2016.

This study was conducted to answer some of the formulation of the formulation of the problem of how the strategy *émbu* increase interest in buying back the consumer as well as how business ethics Muslim traders in the Market New Kamal.

This study used a qualitative research method with descriptive approach using data collection techniques such as interview with vendors who sell vegetables, fish, meat and spices kitchen, as well as technical documentation relating to research data and data analysis techniques used in this research is descriptive analysis.

These results indicate that strategy *émbu* in new market kamal namely, by providing the buyer with additional spesific criteria,namely, the buyer bought the lot number, buyers are loyalcustomers, and a third buyer intends alm. Things like this in the marketing strategy including the promotion mix, namely sales promotion mix, and as much as 66,7% can attract consumers to come back to buy. While on a business ethics of Islam in the trade views of tawheed, balance, free will, responsibility, and *Ihsān* traders to attrackt customers have been using these principles, but some still do not use them.

Keywords: *Émbu*, Ethics, New Market Kamal.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbilāmin... lā haula walā qūwata illā billāhil alīyyiladhīm. puji syukur kita serahkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam semogatercurah limpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, Nabi akhir zaman dan panutan bagisekalian manusia. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Keislaman Prodi Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura.

Atas izin Allah penulis telah berhasil menyusun skripsi ini dengan judul: “Strategi Émbu Dan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Untuk Kembali Membeli (Studi Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Baru Kamal)”.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya telah banyak melibatkan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak, khususnya kepada:

1. Bapak dan Mamah tercinta (Maruki dan Elisa), yang selalu memberikan curahan cinta, kasih sayang, do’a dan semangat kepada penulis untuk menjadi anak yang bisa dibanggakan oleh orangtua dan keluarga.
2. Ummi Romlah, uncle Toha terimakasih atas motivasi dan support dananya selama ini.
3. Mbak sepupu kesayangan mbak Opie (Novia Arsita) terimakasih yang selalu menanyakan kabar skripsiku, dan caption-caption yang lucu demi membangun semangatku yang kadang mulai pasrah dengan keadaan. Mbah Summah terimakasih do’a-do’anya.
4. Oong yang selalu komplain terimakasih bantuannya, kamu saudara terbaik meski agak sedikit crewet.
5. Drs. Dr. Ec. Mohammad Syarif. Msi. Selaku rektor Universitas Trunojoyo Madura.
6. Ibu Dr. Indien Winarwati. S.H, M.H. Selaku Dekan Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.
7. Ibu Shofiyun Nahidlhah. S.Ag, M.HI. Selaku Wakil Dekan Fakultas Keislaman Universitas Madura.
8. Ibu Lailatul Qadariyah, S.H.I, M.E.I. Selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah. Sekaligus pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini dan memberikan dukungan terbaik kepada penulis.
9. Dr. Abdur Rahman, S.Ag, M.EI. Selaku dosen pembimbing terimakasih atas bimbingannya hingga skripsi ini dapat selesai.

10. Seluruh Dosen Prodi Ekonomi Syariah, Dony Burhan Noor Hasan, LC, MA., Firman Setiawan, S.HI. M.EI serta dosen-dosen lainnya yang telah membimbing dan mengajar penulis selama belajar dibangku kuliah.
11. Ibu Dina Medira, Ibu Anita, Ibu Elya dan Bapak Teguh, selaku tenaga administrasi Fakultas Ilmu Keislaman dan seluruh staf Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura yang selalu memberikan pelayanan dengan sepenuh hati setiap administrasi yang dibutuhkan oleh penulis dalam menyelesaikan tulisan ini.
12. Bapak Holil S.E selaku kepala pasar di Pasar Baru Kamal terimakasih telah mengizinkan peneliti penelitian di sana.
13. Yofi Sabari terimakasih selalu mengalah padahal kecewa.
14. Dalilut (Dalilatus Shobahah) partner 4 tahun bersama semoga persahabatan kita tidak sampai disini, terimakasih selalu mengerti aku. Dan Karemot (Karimatun Nisa') partner mondar-mandir terimakasih selalu menemani.
15. Ipink (Anyza Arifin) teman yang crewetnya minta ampun tapi selalu bisa bikin aku yang frustasi jadi senyum.
16. Teman-teman seperjuanganku (Bak Iswah, Eel, Kak Mune, Fadhol, Afa, Farida, Bintang, Eca, Aam, Ipe, Yanti, Vivin dan teman-teman Ekonomi Syariah A 12lainnya, terima kasih telah bersama ketika suka maupun duka selama kuliah. 4 Tahun bukanlah waktu yang sebentar, rasa syukur kepada Tuhan telah mempertemukan kita dalam ikatan "LEHO-LEHO", setelah ini mungkin kita akan rindu suasana dalam kelas, jika kelak kita tak lagi di tempat yang sama. Ingatlah, bahwa kita pernah berjuang bersama-sama.
17. KKN 5 2016, (Daim, Aning, Khoirum, Very, Iswan) dan teman-teman KKN lainnya.

Pada akhirnya penulis berkeyakinan bahwa masih banyak pihak yang dengan tulus akan memberikan kritik dan saran konstruktif untuk perbaikan tulisan ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap orang yang mempelajarinya. *AminYaRabbalAlamin.....*

Bangkalan, 26 Juli 2016
Penulis

Lilik Wulandari
NIM:120721100014

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zāl	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Wawu	W	W
ه	ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta’addidah</i>
عدة	Ditulis	‘iddah

C. Ta’ Marbūtah di akhir kata

1. bila dimatikan tulis h

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya’</i>
----------------	---------	---------------------------

2. bila ta’ marbūtah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis t

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāh al-fitri</i>
------------	---------	-----------------------

D. Vokal Pendek

_____	Kasrah	Ditulis	I
_____	Fathah	Ditulis	A
_____	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif جاهلية	Ditulis Ditulis	A <i>Jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati تنسى	Ditulis Ditulis	Ā <i>Tansā</i>
3.	Kasrah + yā' mati كريم	Ditulis Ditulis	Ī <i>Karīm</i>
4.	Dammah + wāwu mati فروض	Ditulis Ditulis	Ū <i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + yā' mati بينكم	Ditulis Ditulis	Ai <i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wāwu mati قول	Ditulis Ditulis	Au <i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif+Lam

a. Bila diikuti huruf *al Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ân</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyâs</i>

b. Bila diikuti huruf *al Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l (el)*nya

السماء	Ditulis	<i>as-Samâ'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوى الفروض	Ditulis	<i>dhawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
PEDOMAN TERANSLITERASI.....	xi
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR DIAGRAM.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Strategi	8
B. Pengertian Émbu.....	9
C. Strategi Marketing.....	10
1. Pengertian Strategi Marketing.....	10
2. Bauran Strategi Marketing	11
a. <i>Product</i>	11

b. <i>Price</i>	12
c. <i>Place</i>	14
d. <i>Promotion</i>	14
D. Etika Bisnis Islam	
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	20
2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	21
3. Tujuan Etika Bisnis Islam	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	26
B. Sumber Data	27
C. Metode Pengumpulan data	32
D. Metode Analisis Data	34
E. Uji Keabsahan Data	35
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Pasar Baru Kamal	
1. Sejarah Pasar Baru Kamal	37
2. Visi dan Misi Pasar Baru Kamal	38
3. Struktur Organisasi	40
4. Profil Pasar Baru Kamal	41
B. Strategi Émbu di Pasar Baru Kamal Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Untuk Kembali Membeli	43
C. Etika Bisnis Islam Pedagang di Pasar Baru Kamal	54
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Data Informan Pedagang di Pasar Baru Kamal	28
Tabel 2.2 : Data Informan Konsumen di Pasar Baru Kamal.....	30
Tabel 4.1 : Uraian Hasil Wawancara <i>Émbu</i> pedagang sayur	44
Tabel 4.2 : Uraian Hasil Wawancara <i>Émbu</i> pedagang ikan	45
Tabel 4.3 : Uraian Hasil Wawancara <i>Émbu</i> pedagang ayam potong	46
Tabel 4.4 : Uraian Hasil Wawancara <i>Émbu</i> pedagang daging	47
Tabel 4.5 : Uraian Hasil Wawancara <i>Émbu</i> pedagang tahu	47
Tabel 4.6 : Uraian Hasil Wawancara <i>Émbu</i> pedagang kukus	48
Tabel 4.7 : Uraian Hasil Wawancara <i>Émbu</i> pedagang Buah	48
Tabel 4.8 : Uraian Hasil Wawancara Etika Bisnis Islam pedagang.....	55

DAFTAR DIAGRAM

Diagram Lingkaran 4.1 : Hasil Wawancara <i>Émbu</i>	49
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi di Pasar Baru Kamal.....	40
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Pedoman Wawancara pedagang

Lampiran II : Pedoman Wawancara konsumen

Lampiran III : Data Informan Pedagang

Lampiran IV : Data Informan Konsumen

Lampiran V : Hasil Wawancara dengan pedagang di Pasar Baru Kamal

Lampiran VI : Hasil Wawancara dengan konsumen di Pasar Baru Kamal

Lampiran VII: Surat telah melakukan penelitian di Pasar Baru Kamal

Lampiran VIII : Dokumentasi