

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan kota yang semakin pesat tidak diikuti dengan penambahan lapangan kerja yang memadai, menjadikan masyarakat yang tidak mendapatkan tempat pada sektor formal akan beralih ke sektor informal, dimana sektor informal ini tidak menuntut banyak keahlian dan pendidikan yang memadai. Sektor informal yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia yang umumnya adalah tinggal di perkotaan. Di Indonesia aktivitas yang sering didefinisikan sebagai sektor informal ini antara lain adalah: pedagang kaki lima, pedagang asongan, penjual jasa semir sepatu, penyedia payung di waktu hujan, penjual air dorongan, pembantu parkir tak berseragam. Sektor informal biasanya digunakan untuk menunjukkan sejumlah kegiatan ekonomi yang berskala kecil.

Strategi pemasaran adalah strategi yang dirancang untuk mempromosikan barang atau jasa dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan. Strategi pemasaran adalah sering juga disebut sebagai marketing strategy. Strategi pemasaran adalah sebuah keseluruhan usaha dari suatu bisnis. Tujuannya adalah untuk menjangkau target konsumen yang dianggap prospektif. Setelah itu, strategi pemasaran akan mengubah mereka untuk menjadi seorang konsumen tetap.

Sebagaimana kita ketahui bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin dapat mencari sendiri

pembeli ataupun peminatnya. oleh karena itu, produsen dalam kegiatan pemasaran produk atau jasanya harus membutuhkan konsumen mengenai produk atau jasa yang dihasilkannya. Salah satu cara yang digunakan produsen dalam bidang pemasaran untuk tujuan meningkatkan hasil produk yaitu melalui kegiatan promosi. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa promosi adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan dan strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan terutama pada saat ini ketika era informasi berkembang pesat, maka promosi merupakan salah satu senjata ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha.

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah S.W.T dan menjauhi larangannya. Dalam Islam Etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Qur'an dan Sunatur Rasul.

Etika bisnis Islam adalah etika terapan yang merupakan aplikasi pemahaman kita tentang apa yang baik dan apa yang benar untuk beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas, dan usaha yang selanjutnya disebut sebagai bisnis. Pembahasan mengenai etika bisnis Islam ini harus dilengkapi dengan kerangka dan juga implikasinya terhadap dunia bisnis.

Dengan demikian, etika bisnis Islam memiliki posisi pengertian yang hakikatnya merupakan usaha dari manusia untuk mencari

keridaan Allah SWT. Meski demikian, bisnis didalam etika bisnis Islam ini tidak bertujuan jangka pendek dan semata-mata untuk individual dan mencari keuntungan semata, tetapi jangka panjang yaitu antara dirinya dengan Allah SWT.

Keberadaan penjual jagung rebus dapat juga dianggap merupakan suatu fenomena yang umum dikerjakan oleh masyarakat di daerah tersebut. Mereka bekerja untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Khususnya, Usaha penjualan jagung rebus sudah menjadi salah satu alternatif usaha yang bisa dijalankan untuk meningkatkan penghasilan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Usaha ini banyak menjadi pilihan karena relatif tidak membutuhkan modal yang banyak dan tidak membutuhkan keterampilan khusus dan usaha ini cukup mudah di jalankan.

Tingginya tingkat persaingan terutama dalam menjajakan barang dagangannya menuntut pedagang memiliki strategi dalam menawarkan kepada pelanggan. Hal ini ditandai dengan persaingan yang semakin tajam dalam merebut pelanggan, setiap pedagang dituntut untuk memiliki kemampuan mengembangkan usahanya pemilihan strategi dalam berjualan jagung rebus itu sangat penting.

Penjual jagung rebus atau PJR istilah masyarakat. Berada di arah jalan poros menuju ibu Kota Kabupaten Konawe (Unaaha) dari Kendari dapat ditemui di pinggir jalan. Usaha jagung rebus merupakan usaha yang sangat familiar di Provinsi Sulawesi Tenggara. Hal ini dibuktikan dengan maraknya penjual jagung rebus diberbagai Kabupaten di Provinsi Sulawesi Tenggara. Dalam konteks ini,

Kecamatan Pondidaha yang berada di Kabupaten Konawe menjadi ikon penjual jagung rebus, yang sebutan akrabnya “Penjual Jagung Rebus (PJR) Pondidaha”.

Penelitian (Darman 2015) tentang Kehidupan Sosial Pedagang Kaki Lima Di Kota Samarinda (Studi Kasus Penjual Jagung Rebus di tepian). Dari beberapa penjual jagung rebus yang berada di lokasi tepian terdiri dari suku Madura dan bertempat tinggal yang sama. Kebanyakan alasan memilih berjualan jagung rebus dikarenakan tidak terlalu susah untuk dilaksanakan dan mendapatkan hasil yang lumayan.

Selain itu, penelitian (Wahyudi 2019) *Tingkat keberhasilan usaha UKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajerial pemiliknya dalam memasarkan produk tersebut. Suatu produk kuliner mempunyai rasa enak namun tanpa diimbangi dengan strategi pemasaran yang baik berupa analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman memungkinkan perusahaan untuk mampu bertahan dalam persaingan karena yang dapat mewujudkan peningkatan pada pendapatan.*

Pada konteks penelitian penulis, usaha jagung rebus di Kecamatan Pondidaha merupakan usaha yang laris, familiar dan menjadi ikon Kecamatan Pondidaha. Akan tetapi, beberapa fenomena yang didapatkan penulis di lapangan bahwa adanya strategi pemasaran yang terindikasi tidak sehat bahkan cenderung negative. Dalam hal ini, strategi pemasaran yang dilakukan segelintir penjual menghilangkan nilai-nilai etis bahkan nilai-nilai ke-Islaman. Sehingga penulis memutuskan untuk meneliti di lokasi tersebut, mengingat tidak sedikit

umat Islam yang mampir beristirahat dan berbelanja di PJR Kecamatan Pondidaha.

Penelitian ini bertujuan meninjau Strategi Pemasaran Jagung Rebus melalui Etika Bisnis Islam. Peneliti berasumsi bahwa strategi pemasaran yang ada di PJR Kecamatan Pondidaha hanya memfokuskan mendapatkan keuntungan, disamping itu tidak sedikit penjual PJR Kecamatan Pondidaha adalah seorang Perempuan, sehingga perlunya penelitian dan telaah mendalam melalui Etika Bisnis Islam. Dengan demikian, Penulis menyusun tema penelitian ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Jagung Rebus di Kecamatan Pondidaha Ditinjau dari Etika Bisnis Islam”**.

1.2. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran Jagung Rebus di tinjau dari etika Bisnis Islam di Kecamatan Pondidaha.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan focus penelitian diatas maka penulis mengambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

- 1.3.1. Bagaimana Strategi Pemasaran Jagung Rebus di Kecamatan Pondidaha?
- 1.3.2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap Strategi Pemasaran Jagung Rebus di Kecamatan Pondidaha?

1.4. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- 1.4.1. Untuk mengetahui strategi pemasaran Jagung rebus di kecamatan Pondidaha.
- 1.4.2. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap system pemasaran Jagung rebus di Kecamatan Pondidaha.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat judul terkait pemasaran Jagung rebus.

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi tolak ukur atau pertimbangan penjual Jagung rebus, serta menjadi pedoman untuk penjual Jagung rebus agar lebih memahami terkait pemasaran jagung rebus.

1.6. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalah pemahaman dan perbedaan pendapat penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah judul skripsi. Definisi operasional ini penting dan diperlukan agar pengukuran variable atau pengumpulan data (Variabel) konsisten antara sumber data (responden) yang satu dengan responden

yang lain. Sesuai dengan judul penelitian yaitu “ Strategi Penjualan Jagung Rebus di Kecamatan Pondidaha Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam ” maka definisi operasional yang perlu di jelaskan yaitu:

a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk, dan pendistribusian.

b. Jagung Rebus

Jagung rebus (*boiled corn*) merupakan komoditas palawija dan termasuk dalam keluarga (famili) rumput-rumputan (Gramineae) genus *Zea* dan spesies *Zea mays saccharata*. Jagung Rebus memiliki ciri-ciri endosperm berwarna bening, kulit biji tipis, kandungan pati sedikit, pada waktu masak biji berkerut.

c. Etika Bisnis Islam

Etika dalam Islam menyangkut norma dan tuntutan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan individu, kelompok, dan masyarakat dalam mu‘amalah antar individu, kelompok ataupun masyarakat dalam konteks bermasyarakat maupun dalam konteks hubungan dengan Allah dan lingkungan.

1.7. Sistematika Pembahasan

1.7.1. BAB I Pendahuluan

Pendahuluan berisi tentang uraian latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional dan sistematika penelitian.

1.7.2. BAB II Landasan Teori

Landasan teori pembahasan bab ini akan menguraikan tentang penjelasan dan beberapa teori yang dipakai untuk melandasi pelaksanaan penelitian dari berbagai sumber-sumber referensi, buku, atau jurnal, serta termasuk penelitian mengenai Strategi Penjualan Jagung Rebus di Kecamatan Pondidaha Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.

1.7.3. BAB III Metodologi Penelitian

Metode penelitian dalam bab ini berisi tentang metode yang digunakan dalam pengambilan data yang berkaitan dengan penelitian. Metode yang di gunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif.

1.7.4. BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Sistematika pada pembahasan di bab ini akan menjelaskan tentang rumusan masalah yang terdiri dari dua pertanyaan pada rumusan masalah

1.7.5. BAB V Kesimpulan Dan Saran

Pembahasan pada bab ini terdiri dari kesimpulan serta saran atas hasil dan pembahasan pada bagian bab IV untuk beberapa elemen dan limitasi pada penelitian ini.