

ABSTRAK

Maftuhah, 2020, *Praktik Penjualan Jamu Madura dalam Perspektif Pemasaran Syariah di Desa Cenlecen Kabupaten Pamekasan*, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing : H. Wadhan, M.SI

Kata Kunci : *Praktik Penjualan, Pemasaran Syariah, jamu Madura Desa Cenlecen, Kabupaten Pamekasan*

Persaingan di era modern saat ini sangatlah ketat dan dapat mempengaruhi banyak penjual produk lama yang pemasarannya juga kurang memadai. Penjual produk lama pasti merasa terancam dengan adanya produk-produk baru. Berbeda dengan toko jamu Madura yang satu ini, semakin banyaknya pesaing semakin baik pula sistem pemasaran dan penjualannya. Banyaknya pesaing tidak sedikitpun mempengaruhi toko jamu Madura yang di Desa Cenlecen ini.

Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat dua permasalahan yang akan menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, untuk mengetahui bagaimana praktik penjualan jamu Madura dalam perspektif pemasaran syariah di Desa Cenlecen, Kabupaten Pamekasan; *kedua*, untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap konsumsi jamu Madura di Desa Cenlecen, kabupaten Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dengan sumber data primer. Dimana data primer disini adalah data yang diperoleh secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan tehnik pengumpulan data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi. Selanjutnya data yang terkumpul dianalisis dan dilakukan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *pertama*, Praktik penjualan jamu Madura disini sudah sesuai dengan teori pemasaran syariah. Kesesuaian teori ini, dibuktikan dengan penerapan 9 (Sembilan) etika pemasaran syariah dengan baik. Hanya saja kalau teori prinsip-prinsip syariahnya dimasukkan dalam praktik penjualan jamu Madura ini maka kurang mendukung/kurang sesuai. Kurang sesuai teori pemasaran syariah, dikarenakan jamu Madura bukan sebuah perusahaan melainkan sebuah toko kecil, dimana toko jamu ini hanya bisa melayani konsumen yang membeli/mengulak saja dan pemasaran jamu disini juga kurang memadai. *Kedua*, Tinjauan ekonomi Islam terhadap konsumsi jamu Madura, kalau dilihat dari segi teori konsumsi Islamnya. Konsumen disini sudah menerapkan teori konsumsi Islam dengan baik dan sudah sesuai. Hanya saja, ada sedikit ketidak sesuaian dalam segi teori aturan konsumsi Islamnya yaitu: tidak boleh bermewah-mewahan. Mewah-mewahan disini, adalah sebuah gaya hidup. Sedangkan jamu Madura bukanlah sebuah gaya hidup/kemewahan dalam kehidupan sehari-hari. Melainkan suatu konsumsi yang merupakan salah satu kepentingan yang harus diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik.