

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama yang telah mengatur berbagai aspek dalam kehidupan manusia, seperti akidah, ibadah, akhlak, maupun *muamalah*. Karena segala sesuatu yang berkaitan hubungan manusia dengan orang lain merupakan prinsip muamalah secara umum, baik itu menyangkut pernikahan, politik, dan hubungan perekonomian.¹

Sebagai salah satu implementasi Hukum Ekonomi Syari'ah dalam ruang lingkup sosial, muamalah sudah dijadikan sebagai bidang ilmu yang berkaitan dengan perekonomian (seperti mudharabah, musyarakah, perbankan dan lain-lain) dan juga perdagangan (seperti transaksi jual beli, sewa menyewa, gadai dan sebagainya). jual beli merupakan salah satu unsur pembahasan yang terdapat di dalam fiqh *muamalah*.

Muamalah telah menjadi salah satu bagian yang tidak dapat terlepas dari kehidupan manusia, karena hal ini menyangkut kelangsungan hidup mereka yang harus memenuhi kebutuhannya. Sebagai subjek hukum, manusia memiliki sifat ketergantungan dengan orang lain, dalam hal ini Islam datang untuk memberikan dasar serta prinsip yang mengatur secara baik dalam kelangsungan hidup manusia untuk berhubungan dengan manusia lainnya. Allah SWT mensyariatkan *muamalah* di kehidupan manusia bertujuan untuk mengatur perbuatan manusia dalam melakukan aktivitas yang berhubungan dengan urusan keduniaan berdasarkan hukum-hukum

¹ Sukiyat dkk. *Hadis-Hadis Mu'amalah* (Yogyakarta: Kalimedia, 2020). h, 2.

syara, di mana hukum tersebut digali dari dalil-dalil Alquran maupun Hadits yang berhubungan dengan persoalan-persoalan dunia.

Jual beli merupakan salah satu bagian dari *muamalah*. Islam menganjurkan jual beli sebagai salah satu jalan untuk mengumpulkan rezeki, karena di dalam jual beli terdapat manfaat baik untuk produsen maupun bagi konsumen yang membeli produk yang telah ditawarkan oleh penjual. Maka dari itu hikmah dari jual beli itu sendiri dapat membantu sesama manusia untuk kelangsungan hidupnya.²

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut berbagai perusahaan yang bergerak dalam roda perekonomian untuk melakukan perubahan dan perencanaan mereka dalam melayani konsumen.³ Pemasaran dalam dunia usaha merupakan salah satu strategi yang memiliki peran pokok dalam suatu bisnis, dimana hal ini cukup berkontribusi terhadap suatu produk yang dipasarkan dalam masyarakat. Selain memasarkan produk secara luas, pemasaran juga memiliki peran dalam menangani beberapa permasalahan, seperti menurunnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh menurunnya daya beli konsumen terhadap suatu produk yang dapat mengakibatkan melambatnya suatu perusahaan untuk berkembang dan juga menangani persaingan ketat dari berbagai perusahaan lain yang terus melakukan inovasi agar laju perusahaan dalam dunia usaha tetap stabil. Pemasaran menjadi hal penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi, karena definisi pemasaran meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demand*).⁴

² Syaifullah M.S. “*Etika Jual Beli dalam Islam*” Hunafa Jurnal Studia Islamika Vol. 11 No 2 Desember 2014 (Palu 2014). h. 375 (pdf)

³ Nurul Huda, dkk. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Depok : Kencana, 2017), h.1. (pdf)

⁴ Nurul Huda, dkk. *Pemasaran Syariah, ...*, h.5. (pdf)

Penerapan strategi pemasaran dilakukan oleh berbagai pelaku usaha dan juga perusahaan yang bergerak dalam bidang barang, pangan, maupun jasa, salah satunya yaitu sebuah minimarket Alfamidi yang melakukan strategi pemasaran dalam bentuk promosi, seperti diketahui Alfamidi menggunakan strategi pemasaran dalam bentuk diskon dalam promosinya, salah satu bentuk promosinya yaitu sistem promosi tebus murah, dimana dalam praktiknya Alfamidi telah menentukan syarat serta ketentuan agar untuk mendapatkan promosi tebus murah, yaitu konsumen disyaratkan untuk berbelanja berbagai produk yang tersedia di Alfamidi dengan nilai total produk yang dibelanjakan mencapai minimal pembelian yang telah ditentukan oleh Alfamidi, maka konsumen dapat membeli barang tertentu yang ditawarkan oleh Alfamidi dengan harga yang murah dalam mekanisme promosi tebus murah tersebut.

Dalam jual beli sebagai konsumen tentu harus cermat dalam memperhatikan segala sesuatu untuk memilih barang yang akan dibeli. Membandingkan harga dan kualitas dari satu tempat perbelanjaan dengan tempat yang lain tentu merupakan hal biasa dilakukan, termasuk juga apabila terdapat penawaran seperti diskon ataupun promosi lainnya. Tentunya konsumen harus mengetahui harga umum dari suatu barang yang dijual sebelum diberlakukannya diskon atau promosi lainnya.

Berbagai diskon yang ditawarkan meningkatkan keinginan konsumen untuk mendapatkan harga murah, bahkan dapat membeli barang dengan separuh harga, benar-benar membuat konsumen lalai dalam berjual beli. Sering kali konsumen tidak memperhatikan secara detail mengenai barang yang didiskon tersebut, konsumen perlu

mengetahui apa saja faktor yang menyebabkan barang tersebut dikenai sistem diskon, baik dari segi kualitas, masa kadaluwarsa, ataupun kebijakan yang diberlakukan oleh perusahaan terhadap barang yang dikenai sistem diskon tersebut. Selain itu perlu diperhatikan juga mengenai akad yang digunakan dalam jual beli tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti dan menuangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syari’ah Terhadap Akad Jual Beli Promo Tebus Murah di Alfamidi Curug Parigi Kabupaten Tangerang“**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini peneliti berfokus kepada permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana praktik akad jual beli dengan promo tebus murah di Alfamidi Curug Parigi Kabupaten Tangerang ?
2. Bagaimana tinjauan hukum islam terhadap praktik akad jual beli dengan promo tebus murah di Alfamidi Curug Parigi Kabupaten Tangerang ?

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian berfokus kepada supermarket yang berada di Kabupaten Tangerang khususnya Alfamidi dan berfokus terhadap perihal praktik akad jual beli dengan penawaran promo tebus murah. Dalam fokus penelitian ini bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti di lapangan.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui praktik akad jual beli dengan promo tebus murah di Alfamidi Curug Parigi Kabupaten Tangerang.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum islam terhadap praktik akad jual beli dengan promo tebus murah di Alfamidi Curug Parigi Kabupaten Tangerang.

E. Manfaat/Signifikansi Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Skripsi ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi para pengemban ilmu, khususnya untuk jurusan Hukum Ekonomi Syariah, kemudian hasil dari penelitian ini dijadikan suatu rujukan di Jurusan Hukum Ekonomi Syariah di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dalam suatu penelitian yang sejenis.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Lembaga/Perusahaan

Semoga dapat memberikan sumbangan bagi para pembuat rancangan strategi pemasaran (*Marketing*) atau Lembaga terkait.

- b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan sebagai bahan referensi dan informasi secara tertulis mengenai praktik akad jual beli menggunakan promo tebus murah.

- c. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang lebih luas dan dapat menjadikan sebuah instrumen

dalam mengembangkan disiplin keilmuan mengenai praktik akad jual beli tebus murah berdasarkan perspektif hukum ekonomi syari'ah.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sudah ada beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelum peneliti lakukan, sebelum peneliti melakukan penelitian, peneliti mencari berbagai sumber penelitian terdahulu sebagai acuan dalam penyusunan ini sebagai pedoman

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Erick Fachri Kaherudin, Skripsi jurusan Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten, tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Harga Barang Yang di Naikan Sebelum Diberlakukanya Diskon (Studi Kasus	Objek penelitian sama-sama membahas terkait akad jual beli dengan sistem promosi	1. Dalam penelitian sebelumnya membahas mengenai tinjauan hukum islam terhadap harga barang yang dinaikan sebelum di berlakukanya diskon atau yang disebut dengan <i>mark up</i> <i>promotion</i> sedangkan dalam penelitian ini

	di Ramayana Mall Serang). ⁵		<p>membahas tentang tinjauan hukum islam terkait akad jual beli promo tebus murah</p> <p>2. Subjek penelitian dalam penelitian sebelumnya adalah Ramayana Mall Serang, sedangkan dalam penelitian ini dilakukan di PT Midi Utama Indonesia Tbk dan Alfamidi cabang Curug Parigi Kabupaten Tangerang</p>
2.	Lala Veronica, skripsi jurusan Hukum Ekonomi Syaria'ah Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (IAIN)	Objek penelitian sama-sama membahas terkait akad jual beli	1. Penelitian sebelumnya hanya membahas tentang hukum akad jual beli promosi secara umum, sedangkan

⁵ Erick Fachri Kاهرudin, , *Tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Harga Barang Yang di Naikan Sebelum Diberlakukanya Diskon Studi Kasus di Ramayana Mall Serang*, (jurusan Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten 2016. (pdf)

	Bengkulu, tentang “Sistem Promo dalam Praktik Jual Beli di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif”. ⁶	dengan sistem promosi	<p>penelitian ini membahas akad jual beli promosi tebus murah secara khusus berdasarkan perspektif islam.</p> <p>2. Subjek penelitian dalam penelitian sebelumnya adalah Indomaret Bengkulu Tengah, sedangkan dalam penelitian ini di kantor PT Midi Utama Indonesia tbk dan gerai cabang Alfamidi Curug Parigi Kabupaten Tangerang</p>
3.	Misbachul Munir berjudul “Praktik Jual Beli Tebus Murah di Alfamart dalam Perspektif Hukum Islam dan Etika Bisnis Islam”.	Meneliti tentang akad jual beli promo tebus murah	1. Penulis hanya meneliti terkait perspektif hukum islam tentang akad jual beli promo tebus murah, sedangkan penelitian

⁶ Lala Veronica, “Sistem Promo dalam Praktik Jual Beli di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif”, (Program Studi hukum ekonomi syari’ah IAIN Bengkulu, Bengkulu, 2020) h.87. (pdf)

	Fakultas agama Islam, universitas muhamadiyah surakarta tahun 2021. ⁷		sebelumnya meneliti pula berdasarkan etika bisnis islam. 2. Subjek penelitian terdahulu adalah Alfamart sedangkan dalam penelitian ini di kantor PT Midi Utama Indonesia tbk dan gerai cabang Alfamidi Curug Parigi Kabupaten Tangerang
3.	Dadang Suparman, berjudul “Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Indomaret Cinagen Kab. Sukabumi.” ⁸	Meneliti tentang promosi	1. penelitian sebelumnya membahas tentang pengaruh harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan dalam penelitian ini

⁷ Misbachul munir, “Praktik Jual Beli Tebus Murah di Alfamart dalam Perspektif Hukum Islam dan Etika Bisnis Islam”, (Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jawa Tengah 2021), h.1. (pdf)

⁸ Dadang Suparman, “Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Indomaret Cinagen Kab. Sukabumi”, (Jurnal Ekonomedia, Vol.07 No.01, Sukabumi 2018).h.12. (pdf)

			<p>membahas tentang perspektif hukum ekonomi Syariah terhadap akad jual beli dengan promosi tebus murah</p> <p>2. subjek penelitian terdahulu dilakukan di Indomaret Cinagen Kab.Sukabumi, sedangkan dalam penelitian ini di kantor PT Midi Utama Indonesia tbk dan gerai cabang Alfamidi Curug Parigi Kabupaten Tangerang</p>
--	--	--	--

G. Kerangka Pemikiran

Praktik jual beli merupakan salah satu persoalan muamalah dimana di dalamnya tidak dapat terlepas dari akad (transaksi), dengan akad dapat mengikatkan secara hukum berbagai pihak dengan ketentuan syari'ah. Interaksi sesama manusia dalam memenuhi kebutuhannya harus ada aturan mengenai hak dan kewajiban yang didasari atas kesepakatan. Proses untuk mencapai kesepakatan dalam rangka memenuhi kebutuhan, dengan terjadinya akad maka dapat

menciptakan sebuah perjanjian terhadap pemindahan harta atau objek perikatan yang dilakukan kedua belah pihak berdasarkan rukun serta syaratnya.⁹

Segala bentuk muamalah yang dilakukan oleh manusia dalam kehidupannya pada dasarnya diperbolehkan, diperbolehkannya tersebut sampai ditemukan nash dalam al-Qur'an atau Hadist yang melarangnya, jika ditemukan sebuah nash yang menyatakan nya dilarang maka dapat dikatakan bahwa akad muamalah tersebut tidak boleh atau diharamkan berdasarkan prinsip muamalah.¹⁰

Allah SWT telah mensyariatkan melalui Nabi Muhammad SAW kepada umatnya menganjurkan serta membolehkan kegiatan jual beli berdasarkan ayat-ayat Al-Qur'an dan hadist :

a. Al-Qur'an

1) QS Al Baqarah: 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang

⁹ Ariyadi, *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah* (Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2018)h.3. (pdf)

¹⁰ Harun, *Fiqih Muamalah* (Surakarta : Muhammadiyah University Press 2017) h. 6 (pdf)

kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.¹¹

2) QS An Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Hai orang-orang yang beriman !, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*¹²

b. Hadist

Berdasarkan hadist Rasulullah Saw mengatakan bahwa jual beli adalah pekerjaan yang paling baik

قَالَ قَبِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

*Dari Rifa'ah bin Rafi' radhiyallahu'anhu bahwa Nabi Saw. Pernah ditanya, "pekerjaan apa yang paling baik?" Beliau bersabda, "pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual-beli yang baik. (Hadist riwayat al-Bazzar dan dishahihkan oleh al-Hakim).*¹³

Persoalan muamalah tidak bisa dipisahkan dari akad (transaksi) karena dengan akad tersebut, kedua belah pihak terikat secara hukum dalam bermuamalah, dalam praktiknya akad jual beli tergolong dalam akad *mu'awadhah*, dimana didalamnya tidak terlepas dari hubungan timbal balik, saling tukar menukar antara harta maupun jasa baik penjual ataupun pembeli. Akad *mu'awadhah* seperti halnya jual beli

¹¹ Abdul Halim Ahmad, *Al-Quran dan Terjemah*, (Jakarta: PT Dharma Karsa Utama, 2015), h. 47.

¹² Abdul Halim Ahmad, *Al-Quran ...*, h. 83.

¹³ Ibnu Hajar al-Asqalani, *Bulughul Maram dan Dalil-dalil Hukum*, (Jakarta: Gema Insani, 2013) cet.1, h. 329. (pdf)

merupakan salah satu jalan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, disamping itu akad *mu'awadhah* juga menjadi kebutuhan mendesak untuk dunia maupun akhirat, karena manusia tidak bisa hidup sendirian, melainkan membutuhkan hubungan sosial serta pertolongan sesamanya.

Dalam praktiknya jual beli juga tidak terlepas ruang lingkup perannya dari segi akhlak atau etikanya, jual beli termasuk ke dalam *mu'amalah madiyah*, yakni muamalah yang ditinjau dari segi subjeknya, dimana subjeknya adalah manusia sebagai pelakunya. Muamalah berkaitan dengan karidhaan dari kedua belah pihak yang melakukan akad, seperti ijab qabul, dusta, jujur, dan aktivitas lainnya dalam bermuamalah.¹⁴

Selain masalah akhlak dan etika dalam jual beli, tak kalah penting yang harus diperhatikan yaitu masalah disiplin ilmu serta keabsahan jual beli menurut syariat Islam. Hal ini berangkat dari pernyataan awal dimana jual beli merupakan salah satu jalan dalam mendekati diri kepada Allah Swt, dengan menaati-Nya, ketaatan itulah dengan mengetahui perintah serta larangan-Nya, termasuk dalam segi muamalah jual beli. Karena jual beli termasuk mata pencaharian dan sarana tukar-menukar harta, maka sebagian ulama salaf berkata dibutuhkan pengetahuan mengenai hukum-hukumnya, bagaimana dikutip dari buku fiqih jual beli oleh Enang Hidayat "*Barang siapa yang tidak mengetahui halal dan haram dari permasalahan jual beli, maka tidak diperbolehkan kepadanya mempraktikannya (jual beli)*".¹⁵

¹⁴ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001)cet 1, h.17. (pdf)

¹⁵ Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015)cet 1, h. 7. (pdf)

Hal ini menunjukkan bahwa jual beli merupakan bahasan yang mendapatkan perhatian serius mengenai dasar serta alasan hukum dalam mempraktikannya, para ulama dalam menulis kitab-kitab fiqh, baik fiqh ibadah, nikah dan muamalah jual beli, menetapkan dan menyatakan suatu hukum melalui proses *istinbath* hukum berdasarkan dari dalil. Berdasarkan dalil ini lah kalangan ushul maupun fiqh bersepakat bahwa dalil berfungsi sebagai petunjuk dan tanda yang dapat memberikan penjelasan tentang ada atau tidaknya hukum, karena hal itulah sesuatu itu bisa dihukumi wajib, haram, sunnah, makruh, mubah, sah dan batal berdasarkan ada atau tidaknya dalil yang menetapkannya.¹⁶

Dalam islam mempromosikan suatu produk melalui iklan ataupun dengan menggunakan berbagai media lainnya dengan cara yang benar, dan jujur merupakan dasar nilai etika bisnis islam. Pada hakikatnya promosi merupakan salah satu yang digunakan oleh berbagai perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya, dengan tujuan untuk memberitahukan bahwa suatu produk tersebut itu ada dan memperkenalkan serta memberi keyakinan akan manfaat produk kepada pembeli atau calon pembeli.¹⁷

Salah satu kebijakan penting disetiap perusahaan dalam bidang ritel adalah melakukan promosi usaha atau penjualan dengan memberikan berbagai promo-promo yang dapat menarik minat pembeli. Setiap gerai memiliki ketentuan yang berbeda-beda namun

¹⁶ Muhammad Mas'shum Zein, *Arus Besar Pemikiran Empat Madzhab* (Jombang: Darul Hikmah, 2008), h.16. (pdf)

¹⁷ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communicationi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), h.49. (pdf)

dengan skema dan konsep yang sama berdasarkan kebijakan yang dikeluarkan oleh kantor pusat.

Setiap perusahaan maupun pelaku usaha yang melakukan suatu kegiatan pasti memiliki tujuan, khususnya kegiatan yang bergerak dalam bidang jual beli. Demikian juga perusahaan melakukan kegiatan promosi dengan kegiatannya yakni untuk mencari laba atau untung.

Perkembangan ekonomi modern menimbulkan persaingan ketat antar ritel modern, khususnya kategori minimarket. Hal ini menjadi stimulan bagi gerai tersebut dalam memberikan pelayanan ekstra untuk menarik pelanggan masing-masing, kualitas jasa ritel dapat diukur dari lima dimensi, yaitu aspek fisik, kebijakan, reliabilitas, pemecahan masalah, dan interaksi personal, kelima aspek ini penting bagi pihak ritel modern untuk meningkatkan volume penjualan serta penghasilan dan memperluas jaringan konsumen.¹⁸ Dan dalam suatu promosi, diskon harga suatu barang biasanya banyak menjadi salah satu strategi yang paling efektif dilakukan oleh berbagai pelaku usaha ataupun perusahaan yang bergerak dalam bidang jual beli ini dalam menarik minat konsumen dalam membeli suatu barang. Tak jarang beberapa pelaku usaha ataupun perusahaan mendapatkan respon yang kurang mengesankan dikarenakan terdapat beberapa aspek yang diduga menjadi salah satu rencana yang tidak baik dalam mempromosikan suatu barang, dimana terdapat unsur penipuan dalam strategi promosi tersebut, seperti halnya barang dengan kualitas tidak baik, tidak layak pakai, sudah mendekati kadaluwarsa dan sebagainya, tapi tidak jarang

¹⁸ Rudi Mintarto, “*Analisis Kualitas Pelayanan Pada Ritel Dengan Pendekatan Retail (Studi Kasus: Super Indo Jl. Menuan No. 1-3 Kel. Brontokusuman, Kec. Margasan, Yogyakarta)*”, Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2017. h. 12. (pdf)

pula konsumen belum memahami konsep promosi yang diberikan oleh pelaku usaha ataupun perusahaan dari segi pengedukasian perihal promosi, layaknya lembaga ritel yang ada di Indonesia seperti Alfamidi, Alfamart, Indomaret, dan lain sebagainya.

Alfamidi sebagai lembaga ritel yang bergerak dalam bidang jual beli bahan pokok dan kebutuhan rumah tangga lainnya, dalam usahanya menarik pelanggan Alfamidi menggunakan sistem promosi diskon dan sistem promosi penebusan, yakni dengan nama promosi tebus murah, konsep yang dilakukan dimana konsumen dapat membeli barang yang didiskon oleh Alfamidi dengan syarat harus berbelanja sesuai minimal belanja yang telah ditentukan untuk bisa menebus salah satu atau lebih barang yang terdapat dalam promosi tersebut. Banyak spekulasi mengenai hal ini berdasarkan pandangan islam, dimana dalam kasus tersebut terdapat indikasi bahwa jual beli dengan menggunakan promosi tebus murah ini dilarang menurut syara karena didalamnya terdapat jual beli dua akad, berbagai pendapat mengenai hal ini ada yang membolehkan dan adapula yang melarangnya, hal itu semua tidak terlepas dari dasar hukum islam.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah sebuah metode yang dilaksanakan secara bertahap dimulai dari tahap awal seperti penentuan topik hingga tahap akhir seperti pengertian topik tersebut.¹⁹ Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan alasan karena peneliti ingin mendeskripsikan keadaan yang ada dilapangan secara detail dan transparan.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 2.

1. Jenis penelitian

Dalam melaksanakan penelitian apabila kita memilih metode yang tepat maka kemungkinan tercapai suatu penelitian akan besar. Oleh karena itu penulis memilih penelitian lapangan (*field research*)²⁰ yaitu penelitian yang bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah tentang kesadaran produsen dan konsumen.

2. Pendekatan penelitian

Penelitian kualitatif bisa disebut dengan penelitian naturalistik disebut natural karena apa yang berada dilapangan itu murni tanpa adanya manipulasi.²¹ Dalam kualitatif yang mana peneliti sendiri harus terjun langsung kelapangan untuk mengumpulkan data seperti melakukan observasi dan wawancara Adapun data yang diperoleh nanti ya bersifat soft/lunak karena data tersebut masih bisa mengalami perubahan.

3. Teknik pengumpulan data

Dalam pengumpulan data kali ini peneliti memakai tiga teknik :

a. Wawancara

Wawancara ialah suatu kegiatan tanya jawab antara pewawancara dan informan. Kegiatan ini bisa dilakukan secara langsung dan dibarengi dengan metode observasi maka kegiatan ini akan dilaksanakan secara langsung.

b. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengamatan dengan cara langsung kelapangan²². Metode ini sangat bagus karena dapat

²⁰ Husnul Hotimah, "Bermotor Pada dan Pembiayaan Fidusia", (Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin, Banten) h. 11. (pdf)

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,, h. 225

²² Kiki Joesyiana, "Penerapan Metode Pembelajaran Observasi Lapangan" Dalam *PEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Akutansi* Vol. 6, No. 2 (2018) h. 9.

meningkatkan keterampilan, pemahaman. Metode ini dilakukan dengan mengamati langsung terhadap Supermarket Alfamidi Curug Parigi Kecamatan Curug abupaten Tangerang praktik akad jual beli promo tebus murah.

c. Dokumentasi

Metode ini diperlukan untuk mengumpulkan data baik berupa gambar yang diperlkukan untuk mendukung penelitian. Seperti photo-photo, jurnal dan lain-lain.

4. Sumber Data

Sumber data menyatakan dari mana data penelitian itu diperoleh. Dalam penelitian kualitatif sumber data yang diperoleh berasal dari kata-kata atau tindakan dan selebihnya merupakan data tambahan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang langsung didapatkan dari pemilik data tersebut sebagai narasumber atau subjek yang berkaitan langsung dengan objek yang diteliti.²³ Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer ialah kantor *Branch* PT Midi Utama Indonesia tbk dan gerai cabang Alfamidi Curug Parigi Kecamatan Curug Kabupaten Tangerang dan untuk menambah data peneliti mengambil data kepada para konsumen supermarket Alfamidi.

b. Data skunder

Data skunder merupakan kebalikan dari pada data primer, data skunder mendapatkan datanya secara tidak langsung.²⁴ Dalam

²³ Lexy J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 155.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,....., h. 225

penelitian ini yang dijadikan data skunder ialah seperti : buku, jurnal, artikel dan karya ilmiah lain yang berkaitan dengan judul. Metode-metode yang akan dipakai peneliti adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Berharap agar data yang terkumpul tepat antara teori dan fakta di lapangan.

5. Teknik analisis data

Dalam analisis data penulis menggunakan tiga kegiatan yang saling berinteraksi, yaitu : a. reduksi data (*data reduction*), b. penyajian data (*data display*), c. penarikan kesimpulan (*conclusion*).

a. Reduksi data

Setelah melakukan wawancara dan observasi tentu saja memiliki data yang banyak bahkan bisa tercampur antara materi satu dengan yang lainnya, oleh karena itu reduksi data harus dilakukan guna menyaring dan memilih data yang sekiranya penting untuk disajikan. Kegiatan ini akan berlangsung dari awal hingga akhir penelitian.

b. Penyajian data

Agar data lebih mudah untuk dipahami maka peneliti akan menyajikan data secara sistematis, mulai dari apa saja yang melatarbelakangi hingga praktik akad jual beli di Alfamidi Curug Parigi.

c. Penarikan kesimpulan

Hal yang terakhir dari pengambilan data ialah membuat kesimpulan selain untuk menjawab rumusan masalah, kesimpulan ini guna untuk mempersingkat pembahasan atau inti dari penelitian ini.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk dapat memahami penulisan skripsi secara keseluruhan maka pokok pembahasan dalam penelitian ini ditulis secara sistematis dalam lima bab, dimana anatara bab satu dengan yang lainnya memiliki keterkaitan. Maka susunannya dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, meliputi : Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat/Signifikasi Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II KONDISI OBJEK LOKASI PENELITIAN ALFAMIDI CURUG PARIGI KABUPATEN TANGERANG, meliputi : Gambaran Umum PT Midi Utama Indonesia Tbk.

BAB III KAJIAN TEORI TERKAIT AKAD JUAL BELI DENGAN PROMO TEBUS MURAH DI ALFAMIDI CURUG, meliputi : teori akad, jual beli, dan promosi.

BAB IV AKAD JUAL BELI PROMO TEBUS MURAH DI ALFAMIDI CURUG PARIGI KABUPATEN TANGERANG, meliputi : Praktik Akad Jual Beli dengan Promo Tebus Murah di Alfamidi Curug Parigi Kabupaten Tangerang dan Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Akad Jual Beli Promo Tebus Murah di Alfamidi Curug Parigi Kabupaten Tangerang.

BAB V PENUTUP, meliputi : Kesimpulan, saran