

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial yang perlu hidup bermasyarakat agar dapat menjalin hubungan sosial yang baik, kehidupan sosial merupakan suatu perbuatan dalam berhubungan dengan orang lain. Islam tidak hanya mengatur persoalan ibadah yang bersifat mahdhah saja, seperti Shalat, puasa, zakat, dll. Tetapi juga mengatur segala aspek yang menghubungkan antara manusia dengan manusia lainnya yaitu dalam bidang ekonomi atau disebut juga muamalah. Muamalah erat kaitannya dengan perbisnisan atau perdagangan. Kegiatan muamalah pada dasarnya diperbolehkan, berdasarkan rukun dan syarat yang bisa dijadikan tindakan kevalidannya.

Orang membutuhkan kekayaan untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya, sehingga orang akan selalu berusaha untuk mendapatkan kekayaan, salah satunya adalah bekerja, dan salah satu jenis pekerjaan adalah menjalankan bisnis. Setiap hari manusia tidak terlepas dari jual beli atau perdagangan dalam saluran distribusi barang melalui sistem perdagangan yang sangat luas dan setiap pedagang mendapat bagian dari setiap kegiatan perdagangannya.

Jual beli adalah salah satu bentuk dari bisnis yang bertujuan untuk mencari keuntungan atau profit. Jual beli dalam istilah fiqh disebut al-bai' yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Adapun dasar hukum jual beli sebagaimana yang tercantum dalam kitab suci Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275, yaitu:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“... Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”

(QS.Al-Baqarah:275)

Menurut Tafsir Al-Muyassar bahwasanya Ayat tersebut menjelaskan bahwasanya “Orang-orang yang memakan riba yakni melakukan transaksi riba dengan mengambil atau menerima kelebihan di atas modal dari orang yang butuh dengan mengeksploitasi atau memanfaatkan kebutuhannya tidak dapat berdiri untuk melakukan aktivitas, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Mereka hidup dalam kegelisahan, tidak tenteram jiwanya, selalu bingung, dan berada dalam ketidakpastian, sebab pikiran dan hati mereka selalu tertuju pada materi dan penambahannya. Itu yang akan mereka alami di dunia, sedangkan di akhirat mereka akan dibangkitkan dari kubur dalam keadaan sempoyongan, tidak tahu arah yang akan mereka tuju dan akan mendapat azab yang pedih. Yang demikian itu karena mereka berkata dengan bodohnya bahwa jual beli sama dengan riba dengan logika bahwa keduanya sama-sama menghasilkan keuntungan. Mereka beranggapan seperti itu, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Substansi keduanya berbeda, sebab jual beli menguntungkan kedua belah pihak (pembeli dan penjual), sedangkan riba sangat merugikan salah satu pihak”.

ذَلِكَ الْمَسِّ مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا إِلَّا يَقُومُونَ لَا الرِّبَا يَأْكُلُونَ الَّذِينَ  
 مِنْ مَوْعِظَةٍ جَاءَهُ فَمَنْ الرِّبَا وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ الرِّبَا مِثْلُ الْبَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بِأَنَّهُمْ  
 فِيهَا هُمْ ۖ النَّارِ أَصْحَابُ فَأُولَئِكَ عَادَ وَمَنْ ۗ إِلَهٍ إِلَىٰ وَأَمْرًا سَلَفَتْ مَا فَلَهُ فَأَنْتَهَىٰ رَبِّهِ  
 خُلِدُونَ

*“Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, setelah sebelumnya dia melakukan transaksi riba, lalu dia berhenti dan tidak melakukannya lagi, maka apa yang telah diperolehnya dahulu sebelum datang larangan menjadi miliknya, yakni riba yang sudah diambil atau diterima sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan, dan urusannya kembali kepada Allah. Barang siapa mengulangi transaksi riba setelah peringatan itu datang maka mereka itu penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya untuk selama-lamanya”.* (QS.Al-Baqarah:275)

Seiring perkembangan zaman, semakin banyak pula jenis bisnis dalam kegiatan ekonomi yang berlangsung dalam kehidupan sehari-hari, berikut

adalah contoh bisnis yang umumnya dilakukan oleh masyarakat Indonesia, diantaranya ada Bisnis bidang Perdagangan, Bisnis Bidang Industri, Bisnis Bidang Pertanian, Bisnis Bidang Perikanan, Bisnis Bidang Peternakan, dan Bisnis Bidang Jasa. Dari sekian banyak bidang bisnis tersebut, yang paling banyak diminati masyarakat saat ini adalah bidang Industri Makanan dan Minuman atau yang sering di sebut dengan istilah *Food and Beverages (FnB)*.

*Food and Beverages (FnB)* adalah bisnis makanan dan minuman yang tentunya sudah tidak asing lagi dikalangan masyarakat. Sebagian besar pebisnis lebih tertarik untuk membuka usaha dibidang makanan dan minuman karena jika kita lihat dari kaca mata usahapun, bisnis *Food and Beverages (FnB)* ini memiliki banyak peminat karena peluang untuk mendapatkan penghasilan atau omset yang menjanjikan. Sebab makanan dan minuman itu adalah sebuah kebutuhan manusia sehingga kapanpun dan dimanapun pasti akan selalu ada peminat.<sup>1</sup> Salah satu perusahaan bisnis *Food and Beverages (FnB)* yang paling diminati masyarakat saat ini adalah Es Teh Indonesia.

Es Teh Indonesia merupakan perusahaan *Food and Beverages (FnB)* yang didirikan oleh Haidhar Hibatullah Wurjanto, Dihya Nur Rifqy, Aussie Andry, serta Edwin Widya sebagai founder pada tahun 2018. Pertamakali Haidhar membuka kedainya di daerah Jakarta Selatan dengan menawarkan berbagai produk minuman berbahan dasar Teh. Agar bisnisnya semakin berkembang, ia pun terus menambah varian rasa terbaru pada produknya yang dikombinasikan dengan aneka rasa buah-buahan, susu, serta varian rasa lainnya. Es Teh pun terus melakukan ekspansi secara meluas hingga saat ini sudah tersebar 945 gerai di seluruh wilayah Indonesia.<sup>2</sup> Dan salah satu gerainya ada di daerah Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

---

<sup>1</sup> Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P., & Pantelidis, IS. “*Manajemen makanan dan minuman*” . Routledge, 2018.

<sup>2</sup> Permatasari Maryana. *PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), h. 62-69.

Es Teh Indonesia cabang Cibiru Kota Bandung ini termasuk salah satu cabang baru, karena baru di resmikan pada tanggal 14 Oktober 2022. Atas keberlangsungan Opening Es Teh Indonesia cabang Cibiru tersebut, mereka mengadakan Promo *Buy 1 Get 1* selama 2 hari yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan cabang baru nya di daerah tersebut kepada masyarakat. Mereka menggunakan sosial media seperti Instagram, Tiktok, Youtube dan Twitter sebagai media promosinya.

Es Teh Indonesia mempunyai strategi *marketing* yang bagus, mereka selalu mengadakan promo atau diskon yang berbeda setiap bulannya, contohnya seperti Promo *Buy 1 Get 1* ketika Opening, Promo *Happy New Year New tea* ketika tahun baru, Promo Keluarga Ramadhan ketika Bulan suci Ramadhan, Promo Merdeka ketika Hari Ulang Tahun Republik Indonesia (HUT RI), Promo November di Bulan November, Promo Pemersatu Bangsa, Promo paket bertiga satu tujuan, Promo Happy Coco, Promo PSBB, Promo Bundling Hemat, Promo *November to Remember*, Promo Happy setiap hari, Promo Kencan, Promo Baper Series, dan masih banyak lagi. Uniknya Es Teh Indonesia cabang Cibiru ini memiliki promo khusus yang disebut dengan istilah Bonus Bersyarat. Konsumen akan mendapatkan bonus minuman ketika mereka membeli topping lebih dari satu dan konsumen bebas memilih topping apapun yang mereka inginkan.

Jika dilihat dari Fiqh Muamalah, Bonus Bersyarat di Es Teh Indonesia ini merupakan sebuah komitmen (*Iltizam*) untuk memberikan imbalan atau *reward* tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan. *Jail* adalah pihak yang berjanji (Es Teh Indonesia) akan memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil pekerjaan (*natijah*) yang ditentukan. Sedangkan *Ma'jul lah* adalah pihak yang melaksanakan Ju'alah (Konsumen).<sup>3</sup>

Bonus atau Diskon di Es Teh Indonesia ini sangat beragam, akan tetapi Es Teh Indoneisa Cabang Cibiru Kota Bandung ini memiliki diskon yang unik dan berbeda dari cabang lain yaitu Bonus yang memiliki syarat.

---

<sup>3</sup> Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia

Berdasarkan hal tersebut, timbul permasalahan apakah syarat dan ketentuannya sesuai dengan fiqh Muamalah atau tidak. Penulis tertarik untuk lebih meneliti dan memahami lebih dalam mengenai hal tersebut. Dari penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji hal tersebut dalam Skripsi yang berjudul: **TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PENERAPAN STRATEGI PROMOSI BONUS BERSYARAT DI ES TEH INDONESIA CABANG CIBIRU KOTA BANDUNG**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, salah satu bonus di Es Teh Indonesia ini memiliki syarat, apakah bonus bersyarat dalam fiqh muamalah ini di perbolehkan? Oleh karena itu, penelitian dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan bonus bersyarat pada jual beli di Es Teh Indonesia Cabang Cibiru Kota Bandung?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap penerapan Bonus Bersyarat di Es Teh Indonesia Cabang Cibiru Kota Bandung?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan Bonus Bersyarat pada jual beli di Es Teh Indonesia Cabang Cibiru Kota Bandung.
2. Untuk menganalisis tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap penerapan bonus bersyarat di Es Teh Indonesia Cabang Cibiru Kota Bandung.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu, kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Untuk mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana hal yang dibahas pada judul selaras dengan Hukum Ekonomi Syariah
  - b. Untuk menambah pengetahuan tentang segala hal yang berkaitan dengan Hukum Ekonomi Syariah
  - c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, memberikan sumber informasi bagi semua pihak yang melakukan penelitian ini serta memperoleh gagasan yang berbeda, sehingga hasil penelitian menjadi lebih baik.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Menemukan apakah hal yang dibahas pada judul selaras dengan ketentuan atau mata kuliah yang selama ini dipelajari.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembaca pada umumnya, khususnya bagi para konsumen Es Teh Indonesia agar mengetahui dan memahami penerapan strategi diskon atau bonus yang berlaku di Es Teh Indonesia yang sesuai dengan ketentuan Hukum Ekonomi Syariah.

#### **E. Studi Terdahulu**

Sebelum melaksanakan penelitian lebih mendalam, peneliti mencari beberapa sudi terdahulu yang berasal dari skripsi yang membahas atau berkaitan dengan pokok permasalahan yang akan peneliti kemukakan untuk mengetahui persamaan dan perbedaan yang terdapat pada skripsi terdahulu tersebut. Adapun penelitian yang mempunyai kesesuaian dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama penulis	Judul Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1.	Erniza Apianingsih, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021)	Penerapan Strategi Promosi, <i>Buy 1 Get 1</i> , Dan Sistem <i>Cod</i> Dalam Jual Beli Menurut Perspektif Ekonomi Islam	Sama-sama membahas promosi dalam jual beli. Promo Bonus Bersyarat dan <i>Buy 1 Get 1</i> memiliki kesamaan yang signifikan. Ditambah lagi sama-sama dalam hal perspektif Ekonomi Islam.	Dalam penelitian ini membahas tentang strategi promosi <i>Buy 1 Get 1</i> dan sistem <i>COD</i> , sedangkan peneliti membahas mengenai promosi Bonus Bersyarat. Dan menggunakan perspektif Hukum Ekonomi Islam.
2.	Ervira Dwilestari, (Jakarta: Universitas Bina Nusantara, 2012)	Bauran Promosi <i>Buy One Get One Free Frappuccino</i> Starbucks Mall Taman Anggrek Terhadap Minat Konsumen	Membahas promosi yang ditawarkan sama-sama tergantung minat konsumen.	Dalam penelitian ini lebih menitikberatkan pada promosi <i>buy 1 get 1</i> , sedangkan penulis lebih menitik beratkan di Bonus Bersyarat.
3	Muh Dirgantara N, (Makassar,	Pengaruh diskon harga terhadap	Sama-sama membahas	Dalam penelitian ini membahas

	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019)	keputusan pembelian pada konsumen matahari departemen store mall panakukang dengan minat beli sebagai <i>variabel intervening</i> di kota Makassar.	mengenai diskon terhadap keputusan pembelian pada konsumen.	diskon harga, sedangkan penulis membahas mengenai diskon berupa barang (Minuman) ketika sudah memenuhi persyaratannya.
--	---	---	---	--

#### F. Kerangka Berfikir

Dalam kehidupan bermasyarakat tentu saling membutuhkan satu sama lain, baik dalam hal sosial maupun ekonomi, salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh masyarakat adalah kegiatan jual beli atau disebut juga dengan Muamalah. Kegiatan tersebut selalu dilaksanakan oleh banyak orang untuk memenuhi kebutuhan maupun mendapatkan penghasilan lebih.

Menurut pasal 1457 KUHPPerdata, perjanjian jual beli adalah perjanjian antara penjual dan pembeli dimana penjual mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang itu. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa unsur esensial perjanjian jual beli adalah adanya penyerahan hak milik atas suatu barang tidak dengan uang, bukanlah perjanjian jual beli, tetapi barter atau tukar menukar. Menurut asas konsensual yang di anut sistem *code civil* dalam hukum perjanjian dalam KUHPPerdata. Lahirnya perjanjian adalah pada saat terjadi kata sepakat antara pembeli dan penjual. Hal ini berarti semestinya dengan terjadinyakata sepakat mengenai harga dan barang, saat itu pulalah terjadi peralihan hak dari penjual kepada pembeli.

Dalam hal ini KUHPerdata tidak konsisten. Menurut KUHPerdata, dengan adanya kata sepakat belum berarti terjadi peralihan hak milik atas barang kepada pihak pembeli. KUHPerdata ternyata menganut *asa obligatoir*, yang berarti bahwa kata sepakat baru menimbulkan hak dan kewajiban untuk menuntut penyerahan barang dan pembayaran dengan uang. Terjadinya perjanjian tersebut tidak dengan sendirinya terjadi peralihan hak milik. Pembeli baru menjadi pemilik barang yang dibelinya itu jika telah dilakukan penyerahan. Menurut pasal 612 ayat (1) KUHPerdata menyerahkan benda bergerak kecuali yang tidak bertubuh, dilakukan dengan penyerahan.<sup>4</sup>

Pengertian Jual beli secara etimologi terdiri dari dua suku kata yaitu “jual dan beli”. Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli. Dengan demikian, perkataan jual beli menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak lain membeli. Maka dalam hal ini terjadilah peristiwa hukum jual beli.<sup>5</sup>

Jual beli dalam istilah fikih di sebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al bai'* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *as-syira'* (beli). Dengan demikian, kata *al-bai'* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.<sup>6</sup>

Berdasarkan definisi di atas maka dapat diketahui bahwa jual beli adalah tukar menukar benda dengan benda, atau benda dengan uang yang didasarkan atas suka sama suka antara kedua belah pihak dengan menggunakan akad tertentu yang bertujuan untuk memiliki barang tersebut.

Perkembangan teknologi yang begitu pesat memberikan pengaruh yang signifikan di bidang industri makanan dan minuman atau disebut juga

---

4

<sup>5</sup> Arif, M., Kasnelly, S., & Andaresta, O. PELAKSANAAN JUAL BELI (AL BA'D) BERAKAD SALAM. *Al Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(II). 2011.

<sup>6</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, jilid 5, Gema Insani, Jakarta, 2011.

dengan *Food and Beverage*. Salah satu perusahaan bisnis yang bergerak di bidang *FNB* adalah Es Teh Indonesia.

Kegiatan jual beli di perusahaan Es Teh Indonesia ini menawarkan beragam promo untuk menarik banyak pelanggan. Salah satu promo yang paling sering dikeluarkan oleh perusahaan adalah berupa pemberian bonus. Bonus adalah sesuatu yang diberikan oleh perusahaan berupa barang atau potongan harga kepada konsumen.

Dalam Fiqh Muamalah, pemberian bonus termasuk kedalam akad *Ju'alah* yang merupakan janji yang diberikan oleh perusahaan untuk memberikan imbalan atau hadiah atau bonus atau *reward* kepada pihak lain (konsumen) apabila telah mencapai target yang ditentukan. Adapun definisi *Ju'alah* adalah kewajiban memberikan upah atas segala pekerjaan tertentu yang tidak jelas dan belum diketahui.<sup>7</sup> Konteksnya perusahaan Es Teh Indonesia adalah pihak yang memberikan janji kepada konsumen untuk memberikan imbalan atau *reward*.

Pemberian bonus yang diberikan oleh perusahaan Es Teh Indonesia cabang Cibiru tentunya memberikan keuntungan bagi para konsumennya. Para ulama memperbolehkan praktik atau pelaksanaan akad *Ju'alah* karena didalamnya terdapat manfaat yang dapat dirasakan oleh konsumen. Akan tetapi, bonus yang diterbitkan oleh Es Teh Indonesia cabang Cibiru ini mempunyai syarat. Fenomena tersebut menjadi alasan peneliti mengambil teori akad *Ju'alah* dan diperlukan kajian lebih mendalam apakah penerapan bonus yang ditawarkan perusahaan tersebut sudah memenuhi akad *Ju'alah* dan memenuhi prinsip syariah.

---

<sup>7</sup> Tunggak, B., & Tamjis, M. F. KONSEP AKAD AL-JU'ALAH DI DALAM PERUSAHAAN MULTI-LEVEL MARKETING (MLM) PATUH SYARIAH (THE CONCEPT OF AL-JU'ALAH CONTRACT IN SYARIAH COMPLIANT MULTI-LEVEL MARKETING COMPANY (MLM)). UMRAN-International Journal of Islamic and Civilizational Studies, 2(1). (2015).

## **G. Langkah-langkah Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis. Metode deskriptif merupakan metode yang bertujuan untuk memaparkan sifat dari sesuatu yang sudah berlangsung pada saat penelitian dilaksanakan dan menguji sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.<sup>8</sup>

Penelitian deskriptif analisis bertujuan untuk mengubah data-data yang ada menjadi bentuk rincian yang lebih mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas dan untuk mendeskripsikan bagian-bagian yang relevan dengan fenomena yang diamati, serta mampu menjelaskan masalah yang ada.<sup>9</sup>

### **2. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yaitu data-data yang dijadikan jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan terhadap masalah yang dirumuskan pada tujuan yang telah ditetapkan.<sup>10</sup> Data yang dihimpun bersumber dari pengamatan, wawancara, atau bahan tertulis yang dapat dijadikan sumber penelitian. Data kualitatif yang dilakukan berupa hasil observasi, wawancara dengan pihak terkait dan studi kepustakaan. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Ketentuan Bonus Bersyarat pada jual beli di Es Teh Indonesia Cabang Cibiru Kota Bandung.
2. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap penerapan bonus bersyarat di Es Teh Indonesia Cabang Cibiru Kota Bandung.

---

<sup>8</sup> Soendari, T. *Metode Penelitian Deskriptif*. Bandung, UPI. Stuss, Magdalena & Herdan, Agnieszka, 17. (2012).

<sup>9</sup> Ramdhan, M. *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara. (2021).

<sup>10</sup> Cik Hasan Bisri, *Penuntutan Penyusunan Rencana Penelitian Dan Penulisan Skripsi*, PT. Grafindo Persada, Jakarta, 2001

### 3. Sumber Data

Yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya berupa wawancara, pendapat individu atau kelompok yang dapat dihubungi dan dapat diminta untuk memberikan informasi tentang objek dan subjek penelitian, peristiwa, kejadian atau hasil dari pengujian.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan meliputi orang-orang yang pernah menjadi konsumen di Es Teh Indonesia ketika promo tersebut berlangsung.

#### b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara. Data yang diperoleh berupa dokumen-dokumen atau artikel yang tersedia.<sup>12</sup> Sumber data sekunder merupakan sumber data yang dapat menunjang dalam pelaksanaan penelitian ini, antara lain jurnal online, modul, literatur, artikel yang berkaitan dengan situs resmi Es Teh Indonesia, para konsumen yang pernah berbelanja di Es Teh Indonesia dan data-data yang bersumber pada studi kepustakaan.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>11</sup> Martono, N. *Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder (sampel halaman gratis)*. RajaGrafindo Persada. (2010).

<sup>12</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 22.

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, catatan-catatan, literatur-literatur dan laporan-laporan yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang akan diselesaikan.<sup>13</sup> Studi kepustakaan berupa data yang berbentuk tulisan seperti, buku-buku, jurnal maupun catatan saat perkuliahan sebagai sarana untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, juga untuk perbandingan dengan masalah yang sedang diteliti. Dengan demikian dapat dijadikan landasan atau sumber data yang lengkap.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data yang tersimpan dalam beberapa dokumen, seperti kaidah fikih, data-data yang diperlukan sehingga dapat menambah bukti dari suatu kejadian. dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar maupun karya-karya. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>14</sup> Adapun yang menjadi dokumentasi dalam penelitian ini adalah gambar-gambar berupa foto secara langsung, wawancara kepada pembeli dan Kepala Toko.

c. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan dengan cara melakukan tanya jawab secara tatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai yang menggunakan prosedur wawancara atau tanpa menggunakan prosedur wawancara dimana para pihak terlibat dalam

---

<sup>13</sup> Alif Maelani, “*Konsep Pola Asuh Munif Chatib Dalam Buku yang Berjudul Orang Tuanya Manusia*”, *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2015.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 329.

kehidupan sosial yang relatif lama.<sup>15</sup> Wawancara dilakukan terhadap informan dan para pihak mencakup hal tersebut kepada seseorang, untuk tujuan suatu tugas tertentu dan mencoba mendapatkan keterangan. Peneliti melakukan wawancara secara langsung terhadap konsumen dan Pihak penjual Es Teh Indonesia.

## 5. Analisis Data

Analisis data merupakan proses pemeriksaan dan pengolahan data yang diubah menjadi sebuah informasi yang bermanfaat, membantu dalam menyelesaikan suatu permasalahan dan menarik kesimpulan. Adapun analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan dan memeriksa semua data yang telah diperoleh dari sumber data yang berkaitan dengan jual beli dan promo yang ada di Es Teh Indonesia.
- b. Mengklasifikasi data-data yang diperoleh sesuai dengan pertanyaan penelitian.
- c. Menghubungkan data dengan tinjauan Hukum Ekonomi Syariah mengenai berbagai rukun dan syarat dihubungkan dengan metode-metode penelitian masyarakat dengan penerapan promo dalam bentuk bonus bersyarat pada jual beli di Es Teh Indonesia.
- d. Menganalisa data secara induktif, dengan cara menguraikan fakta-fakta terlebih dahulu kemudian dirumuskan menjadi suatu kesimpulan sesuai dengan masalah penelitian.
- e. Menarik kesimpulan berupa aspek *maslahat* dan *mafsadat* dari penerapan promo dalam bentuk bonus bersyarat pada jual beli *FnB* di Es Teh Indonesia.

---

<sup>15</sup> Burhan Mungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), Cet. 5. hal. 111.