

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Manusia merupakan makhluk sosial yang secara alami berinteraksi dengan sesamanya dan memiliki tujuan dalam kehidupannya. Manusia merupakan makhluk ciptaan Tuhan yang paling mulia, memiliki kebutuhan-kebutuhan dasar yang harus dipenuhi agar dapat menjaga kesehatan dan keseimbangan. Kebutuhan dasar manusia adalah unsur-unsur yang diperlukan untuk menjaga keseimbangan fisik dan mental, dengan tujuan mempertahankan hidup dan kesejahteraan. Menurut Hamidah kebutuhan manusia berlangsung secara berkelanjutan dan bertahap yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Kebutuhan primer mengacu pada kebutuhan dasar atau utama, seperti sandang, pangan, dan tempat tinggal, yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan lain dapat dipertimbangkan. Setelah kebutuhan primer terpenuhi, barulah kebutuhan sekunder dan tersier.¹

Manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari nya pasti akan membutuhkan bantuan orang lain, karena pada dasarnya memang manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa berdiri sendiri. Dalam Islam hubungan antar manusia sebagai makhluk sosial disebut dengan istilah *muamalah*.² *Muamalah* secara etimologi memiliki makna yang sama dengan *al-mufa'alah*, yakni saling berbuat. Istilah ini menggambarkan kegiatan yang dilakukan oleh individu dengan individu lainnya atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan masing-masing.³

Salah satu contoh kegiatan *Muamalah* yang sering terjadi sehari-hari adalah kegiatan ekonomi, perjanjian merupakan pondasi dari transaksi bisnis dan komersial. Perjanjian ekonomi dapat berupa kontrak jual beli, sewa-menyewa, kerja sama bisnis, serta berbagai jenis kontrak lainnya yang mengatur hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat. Kegiatan ekonomi yang sering dilakukan oleh manusia adalah Jual-Beli.

¹ M.Ked.Trop. Ns. Hamidah Retno Wardani, S.Kep., *Kebutuhan Dasar Manusia (KDM)* (Bondowoso: Rizmedia Pustaka Indonesia, 2023) h. 11.

² Prilia Kurnia Ningsih., *Fiqh Muamalah* (Depok: Rajawali Pers, 2021) h. 9.

³ Prof. Dr. H. Abdul Rahman Ghazaly, *FIQH MUAMALAT* (Jakarta: Kencana, 2012) h.3.

Jual-Beli merupakan pertukaran harta yang dilakukan atas dasar kesepakatan dan saling rela antara pihak-pihak yang terlibat.⁴ Transaksi ini tunduk pada aturan dan norma-norma ekonomi, hukum, dan moralitas. Prosesnya mencakup alokasi sumber daya, penentuan harga, dan optimalisasi penggunaan sumber daya. Dalam Islam, Jual-Beli diatur oleh prinsip-prinsip Syari'ah yang menegaskan pentingnya niat baik, keadilan, dan larangan riba.

Kemajuan teknologi dan persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi ini mendorong pelaku bisnis untuk mencari inovasi guna meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar. Inovasi merupakan proses pengenalan konsep baru atau perubahan yang diimplementasikan dalam suatu sistem atau produk, yang pada dasarnya merupakan bentuk pembaharuan.⁵ Inovasi tidak hanya terbatas pada produk atau layanan, melainkan juga mencakup strategi pemasaran, model bisnis, dan efisiensi operasional. Dengan inovasi, perusahaan dapat lebih fleksibel menghadapi perubahan di lingkungan bisnis dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih efisien. Ini merupakan faktor kunci keberhasilan dalam mengelola bisnis di era yang terus berubah dengan cepat.

Promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi, mempengaruhi, membujuk, atau mengingatkan pasar target tentang perusahaan dan produknya, dengan harapan agar konsumen mau menerima, membeli, dan setia terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.⁶ Promosi memegang peran penting, tanpa promosi produk tidak akan dapat menyampaikan nilai dan manfaatnya kepada konsumen. Karena itu, promosi berperan sebagai alat untuk memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga konsumen sadar akan keberadaannya.

⁴ Shobirin Shobirin, 'Jual-Beli Dalam Pandangan Islam', *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3.2 (2016). h. 245.

⁵ MARS Dr. Jondri Akmal, *Inovasi Ala Jondri* (Guepedia.com) h. 43.

⁶ M.Si. Muh. Nur Eli Brahim, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi* (Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI), 2021) h. 65.

Tujuan promosi secara sederhana menurut Kuncoro terbagi menjadi tiga jenis yaitu:⁷

1. Memberikan pelanggan informasi tentang produk atau fitur baru.
2. Mengingatkan pelanggan akan merek perusahaan.
3. Meyakinkan pelanggan untuk membeli produk.

Strategi pemasaran menggunakan sistem promosi ini juga diterapkan oleh salah satu perusahaan retail terbesar di Indonesia yaitu PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk atau biasa lebih dikenal Alfamart, Alfamart merupakan suatu perusahaan ritel yang berbasis di Tangerang. Berdiri pada tahun 1989, perusahaan ini memiliki 32 pusat distribusi dan 15.400 minimarket yang tersebar di seluruh Indonesia hingga akhir tahun 2020. Selama berdiri, Alfamart terus berinovasi untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada konsumen. Salah satu upaya ini adalah dengan secara rutin menghadirkan berbagai promosi. Alfamart menyediakan promo-promo khusus yang berubah-ubah untuk kepuasan konsumennya, baik saat berbelanja di Alfamart sendiri maupun di mitra-mitra yang bekerja sama dengan Alfamart untuk memberikan harga khusus atau diskon.⁸

Salah satu strategi promosi yang dipopulerkan oleh Alfamart adalah program “Tebus Murah”. Program ini merupakan bentuk promosi dimana konsumen membeli barang dengan jumlah tertentu untuk mendapatkan barang dengan harga yang lebih rendah dari harga normal nya. Tujuan dari program ini adalah untuk membangun citra murah di mata konsumen dan meningkatkan penjualan perusahaan. Meskipun efektif dalam meningkatkan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan, praktik ini harus memperhatikan prinsip-prinsip etika dan Hukum Ekonomi Syari’ah. Penerapan sistem diskon ini dimulai sekitar tahun 2020-an dan masih berlanjut hingga saat ini. Selain itu, dalam mekanisme “Tebus Murah” Alfamart memberikan diskon pada produk tertentu. Diskon tersebut harus diatur sesuai dengan prinsip-prinsip Jual-Beli, seperti menghindari *riba*, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (spekulasi).

⁷ M.Ak. Yenni Arfah, S.E., *Keputusan Pembelian Produk* (PT. Inovasi Pratama International) h.12.

⁸ ‘ALFAMART’ <https://alfamart.co.id/>.

Pengembangan mekanisme Jual-Beli dengan sistem Tebus Murah di Alfamart merupakan strategi yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi bisnis dan memberikan nilai tambah kepada konsumen. Sebagai salah satu retailer terbesar di Indonesia, Alfamart berkomitmen untuk menyediakan layanan dan produk terbaik bagi konsumen. Dengan demikian, penggunaan sistem Tebus Murah di Alfamart diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap penjualan dan meningkatkan pangsa pasar. Tentu bukan hal mudah bagi perusahaan dalam mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan implementasi mekanisme tersebut. Salah satu faktor kunci adalah pemilihan produk yang ditawarkan dalam skema Tebus Murah. Produk yang dipilih harus memiliki daya tarik yang tinggi bagi konsumen dan memberikan nilai tambah yang signifikan dibandingkan dengan produk sejenis lainnya.

Pemasaran juga memegang peranan penting dalam pengembangan Jual-Beli dengan sistem Tebus Murah di Alfamart ini. Perusahaan perlu melakukan promosi yang efektif kepada konsumen melalui berbagai saluran, seperti iklan televisi, media sosial, brosur, dan lain sebagainya.⁹ Promosi yang tepat dapat meningkatkan kesadaran konsumen mengenai keuntungan yang ditawarkan dan mendorong mereka untuk membeli produk dari Alfamart.¹⁰ Jual-Beli dengan sistem Tebus Murah menjadi perhatian yang signifikan karena berhubungan dengan prinsip-prinsip akad Jual-Beli, oleh karena itu Tebus Murah harus dipertimbangkan sesuai dengan perspektif hukum Islam. Salah satu aspek yang penting dalam hukum Jual-Beli dengan sistem Tebus Murah adalah keabsahan objek transaksi yang ditawarkan. Objek transaksi harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam akad Jual-Beli, seperti harus halal, dapat dimiliki, dan dapat diserahkan secara fisik atau hakiki, serta tidak merugikan salah satu pihak.

⁹ Agus Herwandi, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012). h. 33.

¹⁰ Nina Indah Febriana, 'Praktik Tebus Murah Di Toko Retail Modern Dalam Perspektif Hukum Islam: Studi Kasus Pada Gerai Alfamart Di Tulungagung', *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 4.1 (2022) h. 37.

Fatwa DSN-MUI Fatwa DSN-MUI adalah keputusan yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Dewan Syari'ah Nasional (DSN) berdasarkan penelitian dan konsultasi hukum Islam yang dilakukan oleh para ulama dan pakar agama. Penerbitan fatwa adalah putusan hukum Islam yang tidak mengikat, dibantu oleh bukti dan seseorang yang memenuhi syarat untuk melakukannya, sebagai tanggapan atas pertanyaan mengenai kasus tertentu.¹¹ Termasuk mengenai sistem "Tebus Murah" di Alfamart, diperlukan analisis Hukum Ekonomi Syari'ah yang dikaitkan dengan Fatwa DSN-MUI untuk mengetahui kepatuhannya terhadap syariat Islam.

Analisis dari perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah dapat menjadi pemahaman mengenai bagaimana prinsip-prinsip Jual-Beli dapat diimplementasikan dalam mekanisme Jual-Beli dengan sistem "Tebus Murah" yang digunakan oleh Alfamart. Ini dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan sistem Jual-Beli yang sejalan dengan prinsip-prinsip hukum Islam dan memberikan dampak positif terhadap penjualan serta reputasi perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas, akan dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai sistem "Tebus Murah" yang memiliki potensi menarik. Maka dari itu peneliti mengajukan judul **"Perjanjian Jual-Beli dengan Sistem "Tebus Murah" dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah (studi kasus di Alfamart Jl. Warta No.48, Cibangkong, Kec. Batununggal, Kota Bandung)"**.

¹¹ 'DSN-MUI' <<https://dsnemui.or.id/kami/sekilas/>>.

B. Rumusan Masalah

Promosi "Tebus Murah", meskipun tidak secara khusus dibahas dalam akad Jual-Beli, akan tetapi prinsip-prinsip yang telah dijelaskan sebelumnya dapat menjadi acuan dalam bertransaksi tersebut. Namun, perlu diingat bahwa setiap transaksi Jual-Beli harus dievaluasi secara individual, dengan mempertimbangkan konteks, kesepakatan, dan syarat-syarat yang berlaku.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka pertanyaan penelitian ini terdiri dari:

1. Bagaimana Mekanisme Jual-Beli dengan Sistem Tebus Murah di Alfamart Jl. Warta No.48, Cibangkong, Kec. Batununggal, Kota Bandung?
2. Bagaimana Analisis Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Jual-Beli dengan Tebus Murah di Alfamart Jl. Warta No.48, Cibangkong, Kec. Batununggal, Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami mekanisme Jual-Beli dengan sistem "Tebus Murah" yang diterapkan di Alfamart Jl. Warta No.48, Cibangkong, Kec. Batununggal, Kota Bandung, dengan tujuan mengidentifikasi prosedur, kebijakan, dan praktik yang terlibat dalam transaksi tersebut.
2. Untuk menganalisis praktik Jual-Beli dengan Tebus Murah di Alfamart Jl. Warta No.48, Cibangkong, Kec. Batununggal, Kota Bandung dalam perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah. dengan fokus pada ketaatan terhadap prinsip-prinsip Syari'ah, keadilan ekonomi, dan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku dalam konteks transaksi tersebut.

D. Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat pada penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang mekanisme Jual-Beli dengan sistem Tebus Murah yang diterapkan di Alfamart Jl. Warta No.48, Cibangkong, Kec. Batununggal, Kota Bandung. Informasi yang diperoleh dapat bermanfaat bagi konsumen untuk lebih memahami prosedur dan kebijakan yang terlibat dalam transaksi tersebut, serta membantu pihak Alfamart dalam memperbaiki atau meningkatkan efisiensi sistem tersebut.
2. Hasil analisis Hukum Ekonomi Syari'ah terhadap praktik Jual-Beli dengan "Tebus Murah" di Alfamart akan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesadaran akan prinsip-prinsip Syari'ah dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Manfaatnya meliputi peningkatan kesadaran konsumen dalam bertransaksi, memberikan panduan kepada pihak Alfamart untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syari'ah, serta memberikan kontribusi pada pengembangan regulasi yang lebih sesuai dengan nilai-nilai Ekonomi Syari'ah.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencari pembandingan kemudian menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian sebelumnya membantu memposisikan penelitian dan menunjukkan orisinalitas penelitian. Terdapat penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya dengan menggunakan tema Tebus Murah, diantaranya:

Pertama, skripsi yang dituliskan oleh Febri Rohmat Habibi dari UIN Raden Intan Lampung (2020) yang berjudul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual-Beli Tebus Murah (Di Indomaret Turi Raya Al-Zaitun, Kecamatan Tanjung Senang, Kota Bandar Lampung)".¹² Hasil penelitian yang dilakukan oleh Febri Rohmat Habibi memperoleh data bahwa transaksi Jual-Beli dengan sistem diskon ini tidak

¹² Febri Rohmat Habibi 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Tebus Murah' UIN Raden Intan Lampung, 2020 Skripsi. h. 20 .

diperbolehkan, karena di dalamnya terdapat transaksi Jual-Beli besyarat, yang mana Jual-Beli bersyarat ini sama halnya dengan Jual-Beli dengan menentukan dua harga, menurut tinjauan hukum Islam menentukan dua harga dan pelaksanaan sistem diskon dilarang dalam Islam kerana terdapat perbuatan yang sifat mubazir dan dalam transaksi tersebut terdapat unsur gharar.

Kedua, Jurnal yang dituliskan oleh Nina Indah Febriana dari UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung (2022) yang berjudul “Praktik Tebus Murah di Toko Retail Modern dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus pada Gerai Alfamart di Tulungagung)”.¹³ Hasil penelitian yang dilakukan Nina Indah Febriana bahwa promo Tebus Murah di Kabupaten Tulungagung merupakan kebijakan yang tersentralisasi, promo ini tidak melanggar karena sudah mencakup adanya semua unsur dalam Jual-Beli. Selanjutnya, promo ini bersifat tidak wajib, sehingga apabila pembeli tidak mengambil promo ini juga tidak menjadi masalah dan apabila pembeli mengambil Tebus Murah maka struk pembeliannya dijadikan satu dengan barang belanjaan untuk menghindari adanya multiakad dalam Jual-Beli.

Ketiga, Jurnal yang dituliskan oleh Muhammad Rizky Darmawan dan Farah Oktafani, SE., MM, dari Universitas Telkom (2021) yang berjudul “Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Impulsive Buying Produk Tebus Murah Pada Alfamart Sukabirus Bandung”.¹⁴ Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rizky Darmawandan Farah Oktafani, SE., MM, bahwa faktor psikologis termasuk dalam kategori baik dengan presentase sebesar 72,73% dan impulse buying termasuk dalam kategori cukup baik sebesar 66.12. berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa factor psikologis konsumen memiliki pengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap impulse buying pada produk Tebus Murah di Alfamart sukabirus sebesar 36,1% sedangkan sisasanyasenilai 63,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

¹³ Nina Indah Febriana 'Praktik Tebus Murah di Toko Retail Modern dalam Perspektif Hukum Islam: Studi Kasus pada Gerai Alfamart di Tulungagung'. 2022 Skripsi, h. 30. .

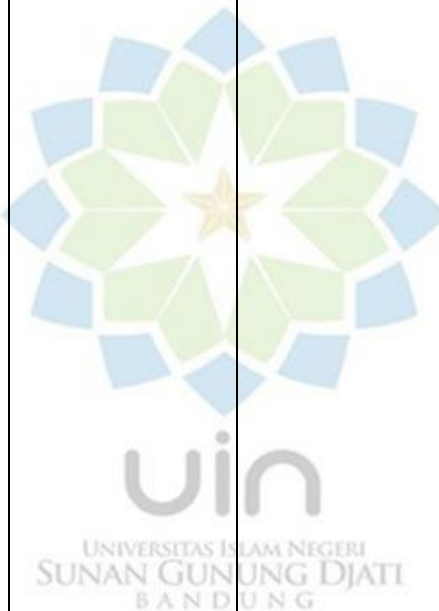
¹⁴ Muhammad RIZky Darmawan and Farah Oktafani, 'Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Impulsive Buying the Effect of Consumer Psychological Factors on Impulsive Buying " Produk', 2021. h. 277.

Table 1.1

**Persamaan dan Perbedaan Tema
dan Masalah dengan Penelitian Terdahulu**

No	Judul	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1.	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual-Beli Tebus Murah (di Indomaret Turi Raya Al-Zaitun)	Febri Rohmat Habibi	Objek yang diteliti adalah sama-sama mengenai Sistem Tebus Murah	Fokus dalam penelitian sebelumnya mengenai Hukum Tebus Murah menurut Hukum Islam, sedangkan Penelitian ini mengenai Mekanisme Jual- Beli dengan Sistem Tebus Murah di Alfamart

2.	<p>Praktik Tebus Murah di Toko Retail Modern dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus pada Gerai Alfamart di Tulungagung)</p>	<p>Nina Indah Febriana</p>	<p>Objek yang diteliti adalah sama-sama mengenai Sistem Tebus Murah dan di Alfamart</p>	<p>Fokus dalam penelitian sebelumnya mengenai promo Tebus Murah dari sudut pandang hukum jual-beli Islam, dan memastikan promo ini bersifat sama di seluruh alfamart, sedangkan fokus penelitian ini mengenai akad apa saja yang digunakan dalam sistem Tebus Murah ini</p>
----	--	----------------------------	---	---



3.	Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Impulsive Buying Produk Tebus Murah Pada Alfamart Sukabirus Bandung	Muhammad Rizky Darmawan dan Farah Oktafani, SE., MM,	Objek yang diteliti adalah sama-sama mengenai Sistem Tebus Murah dan di Alfamart	Fokus dalam penelitian sebelumnya untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis konsumen terhadap Impulsive Buying produk Tebus Murah di Alfamart, sedangkan penelitian ini untuk mengetahui dan memahami Tebus Murah dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah.
----	--	--	--	--

F. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir mengenai prinsip-prinsip *Fiqh Muamalah Maliyyah*, *Fiqh Mua'malah*, Akad *Tijari*, Fatwa DSN-MUI, Jual-Beli, dan *Ju'alah*. Prinsip-prinsip *Fiqh Muamalah Maliyyah* merujuk pada prinsip-prinsip hukum Islam yang berkaitan dengan transaksi keuangan dan *muamalah* yang melibatkan harta benda. Prinsip-prinsip ini meliputi keadilan, kesepakatan, keabsahan akad, ketentuan dan syarat transaksi, kepatuhan terhadap aturan agama, dan larangan terhadap *riba* dan transaksi haram lainnya.

Fiqh Muamalah adalah cabang ilmu fiqih yang membahas hukum dan prinsip-prinsip yang berlaku dalam interaksi sosial, termasuk transaksi keuangan, perdagangan, dan kontrak. *Fiqh Muamalah* menegaskan pentingnya adil, jujur, dan saling menguntungkan dalam setiap transaksi dan aktivitas muamalah.¹⁵

Akad merupakan perjanjian hukum yang dilakukan antara dua pihak atau lebih untuk melaksanakan suatu transaksi.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, penuhilah *aqad-aqad* itu," (QS Al Maidah: 1).¹⁶

Fatwa DSN-MUI merujuk pada keputusan hukum Islam yang dikeluarkan oleh Dewan Syari'ah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI). Fatwa ini merupakan panduan hukum dan pedoman bagi umat Islam dalam hal-hal yang berkaitan dengan masalah keuangan, ekonomi, dan muamalah yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Jual-Beli adalah salah satu akad yang membahas tentang transaksi perdagangan. Jual-Beli mengatur aturan dan prinsip-prinsip yang berlaku dalam Islam, termasuk syarat sahnya transaksi, kewajiban penjual dan pembeli, larangan transaksi ribawi, serta adanya keadilan dan kesepakatan antara kedua belah pihak.

¹⁵ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010) h. 214.

¹⁶ Mushaf Fatimah.

Dalam kerangka berfikir ini, akan dilakukan analisis mengenai prinsip-prinsip *Fiqih Muamalah Maliyyah*, khususnya dalam konteks Jual-Beli “Tebus Murah”, dengan mempertimbangkan Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah, dan akad *Ju’alah* juga fatwa DSN-MUI yang relevan. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi keabsahan dan kesesuaian transaksi Jual-Beli Tebus Murah dengan prinsip-prinsip Syari’ah.

Table 1.2

Kerangka Berfikir

