

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Manusia pada dasarnya yaitu makhluk sosial, yaitu manusia yang hidup dalam publik. Manusia terus-menerus bergantung satu sama lain untuk bertahan hidup, apakah kita menyadarinya atau tidak. Manusia yaitu organisme sosial, dan karena itu, mereka bergantung satu sama lain untuk memuaskan keinginan mereka dalam berbagai aspek kehidupan.

Dalam Islam, interaksi antarpribadi disebut dengan muamalat. Muamalat bisa bermacam-macam bentuknya, antara lain jual beli, sewa, berutang, menerima ganti rugi, dan masih banyak lagi. Dan jual beli yaitu jenis muamalat yang sering ditemui para peneliti. Tindakan jual beli melibatkan pertukaran barang atau properti dengan uang tunai atau memberikan sesuatu kepada pihak ketiga sebagai imbalan pembayaran barang tersebut. Pertukaran ini terjadi di depan umum dan didasarkan pada kenikmatan bersama.<sup>2</sup>

Tidak asing jika para akademisi paham dengan istilah “promosi” dalam kaitannya dengan kegiatan jual beli. Promosi yaitu komponen bauran pemasaran yang berfokus pada inisiatif untuk mendidik, meyakinkan, dan meningkatkan pengembalian pelanggan untuk *merk* dan barang perusahaan. Istilah "promosi" sendiri berasal dari kata "promote", yang bisa berarti "meningkatkan" atau "berkembang"

---

<sup>2</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fikih Muamalah*. Amzah, Jakarta, 2010, Cet Ke-1, hlm., 173

Pengurangan harga, atau diskon, yaitu satu dari sekian jenis pemasaran yang dipakai dalam proses jual beli. Diskon ini disebut sebagai pengurangan harga atau diskon dari jumlah yang dibayarkan oleh *seller* untuk sebuah barang atau jasa yang ditawarkan untuk pembelian karena alasan tertentu. *Seller* sering memanfaatkan skema diskon ini untuk meningkatkan *selleran*. Karena adanya sistem diskon atau potongan harga tetap, taktik inilah yang sering dipakai dalam promosi. *Seller* sering memakai sistem diskon untuk meningkatkan *selleran* melalui promosi dan pengurangan harga. Kemampuan pelanggan untuk mendapatkan hal-hal yang dibutuhkan sangat menarik.

Masalah jual beli Islam telah menetapkan pedoman dasar dan kondisi jual beli, mengacu pada para ahli fikih. Mereka yang senang dengan pembeli dan *seller*, perjanjian atau subjeknya, atau produk yang dipertukarkan. Untuk menyediakan produk, tiga syarat perlu dipenuhi, mengacu pada Al-Muslih:<sup>3</sup>

1. Produk yang ditawarkan mempunyai kejelasan barang, kejelasan ukuran/takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/kadaluarsa dan memakai bahan yang baik,
2. Produk yang diperjualbelikan yaitu produk yang halal dan,
3. Dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.

Untuk menjadi pelanggan yang baik dalam kehidupan sehari-hari, kita perlu memahami perilaku yang benar. Perilaku konsumen, yang juga dikenal sebagai pilihan pelanggan, yaitu proses yang dipakai pelanggan untuk

---

<sup>3</sup> Al-Muslih, Abdullah & Shalah ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta : Daarul Haq, 2004), 331-386.

memutuskan apakah akan membeli sesuatu, memakainya, dan kemudian membuangnya.<sup>4</sup>

Minimarket modern menawarkan berbagai bahan pangan kebutuhan manusia secara pokok mulai dari makanan mentah hingga makanan siap saji. Di samping dari kualitas produk yang baik, harga juga memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian oleh pelanggan. Keputusan pembelian pelanggan dalam memutuskan atau membeli sebuah produk didasarkan pada kebutuhan sehari-hari.

Dalam wawancara yang telah dilakukan peneliti pada pelanggan di Alfamart pada sistem “Tebus Murah” bahwasannya mereka berbelanja karena tergiur dengan promo, sehingga pembeli perlu menyesuaikan belanjanya dengan syarat tertentu agar bisa mendapatkan promo tsb, sebagai seorang pelanggan yang jeli kita perlu pintar pintar dalam menakar net pembelanjaan, agar kita tidak membeli barang yang tidak perlu dan hal tersebut bisa memicu kemubadziran. Hal tersebut telah dilarang di dalam Al Qur’an dalam Surat Al Isra’ ayat 27:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya:

“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu yaitu saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”<sup>5</sup> Pada dasarnya kaidah-kaidah agama

---

<sup>4</sup> Kotler, *Perilaku Pelanggan*, (Jakarta: PT. Erlangga, 2001) hal 67

<sup>5</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an, Tajwid dan Terjemahannya*, (Bandung: Jabar, 2010), hal. 471

tidak memperbolehkan untuk berlebihan dalam segala hal termasuk dalam hal berbelanja karena itu merupakan sesuatu yang mubadzir.

Desa Rejeni Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo merupakan lokasi yang strategis sekali untuk di dirikannya sebuah outlet Alfamart, dan di desa tersebut hanya ada satu Alfamart yang didirikan, bagi publik sekitar akan sangat terbantu sekali dalam mencukupi kebutuhan hidupnya dengan adanya Alfamart tersebut. Pada alfamart ini sering peneliti temui diadakannya promo “Tebus Murah”. praktik jual beli tebus mura ini merupakan satu dari sekian taktik *selleran* yang dilaksanakan oleh pihak Alfamart rejeni untuk menarik minat beli pelanggan atau publik. “Tebus Murah” pada alfamart rejeni diadakan masing-masing 2 minggu sekali yaitu pada awal bulan dan pertengahan bulan. produk-produk yang ditawarkan pun selalu bervariasi agar dapat menarik minat pembeli. Restock barang yang cepat membuat jarang sekali kehabisan produk hal ini yang membuat publik memilih berbelanja di Alfamart rejeni. Pada permasalahan yang peneliti temui banyak pelanggan yang mengeluh terkait kurangnya pembelanjaan dengan pencapaian harga yang belum sampai harga yang ditetapkan pada “Tebus Murah”. Hal ini pelanggan perlu menambah pembelanjaannya agar bisa mencapai harga yang telah ditetapkan oleh Alfamart Rejeni tersebut, sehingga apakah praktik jual beli seperti itu bisa menimbulkan ke mubadziran bagi pelanggan .<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara awal dengan ibu Ida selaku pelanggan Alfamart, pada tanggal 13 Maret 2022.

Berdasarkan kesimpulan dari argumen diatas, peneliti meneliti sebuah permasalahan yang timbul dari Perilaku konsumen Promo “Tebus Murah” pada Alfamart Desa Rejeni, Kecamatan Krembung, Kabupaten Sidoarjo yakni apakah tidak menimbulkan kerugian atau kekecewaan bagi pelanggan, maka dari situ peneliti tertarik untuk mencoba membahas masalah tersebut dalam sebuah skripsi yang berjudul “Perilaku konsumen “Tebus Murah” Alfamart dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Desa Rejeni, Kecamatan Krembung, Kabupaten Sidoarjo)”

#### **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks di atas, maka fokus penelitian ini terkait jual beli dengan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumen promo “Tebus Murah” Alfamart Rejeni Kecamatan Krembung Kabupaten sidoarjo?
2. Bagaimana perilaku konsumen promo “Tebus Murah” Alfamart Rejeni Kecamatan Krembung Kabupaten sidoarjo dalam perspektif hukum Islam?

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

Berdasarkan pernyataan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan perilaku konsumen promo “Tebus Murah” Alfamart Desa Rejeni Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo.
2. Untuk menganalisis perilaku konsumen promo “Tebus Murah” Alfamart Desa Rejeni Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo ditinjau dari hukum Islam.

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

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini diharapkan mampu mempunyai manfaat dari segi teoritis maupun praktis.

##### **1. Segi teoritis**

- a) Sebagai karya ilmiah hasil penelitian bisa memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dibidang ilmu hukum ekonomi syariah terkait perilaku kosnsumen terhadap promo “Tebus Murah” ditinjau dari hukum islam.
- b) Sebagai bantuan pemikiran dalam jurusan hukum ekonomi syariah dan sebagai bahan penelitian berskala luas.
- c) Sebagai tambahan ilmu pengetahuan khususnya bagi peneliti dan hukumnya bagi pembaca.

##### **2. Segi praktis**

- a) Bagi Pelanggan bisa memberikan wawasan dan pengalaman praktis dibidang penelitian mengenai prilaku pelanggan dalam melakukan promo “Tebus Murah” Alfamart.
- b) Bagi Alfamart bisa menarik publik untuk memilih berbelanja di Alfamart dengan ketentuan syariat Islam.
- c) Bagi publik bisa bermanfaat dalam mengetahui terkait prilaku pelanggan dalam melakukan promo “Tebus Murah” dengan benar yang sesuai ketentuan Islam.
- d) Bagi peneliti selanjutnya bisa bermanfaat sebagai bahan pengetahuan tambahan, bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

## E. Penegasan Istilah

Penting untuk mengklarifikasi kata-kata dalam penelitian agar pembaca dan peneliti tidak bingung dengan konsep lain. Glosarium dimaksudkan agar pembaca tidak salah menafsirkan terminologi yang dipakai dalam judul kajian “Perilaku konsumen Promo “Tebus Murah” Alfamart dalam Perspektif Hukum Islam” dalam penelitian ini bisa diterjemahkan ke dalam sub-kata berikut, yang secara teoritis dan praktis dijelaskan sebagai berikut :

### 1. Penegasan secara konseptual.

#### a. Perilaku konsumen

Artinya, keputusan yang dibuat oleh orang, kelompok, atau organisasi terkait cara memakai atau memperoleh komoditas atau jasa ekonomi yang berdampak pada lingkungan.<sup>7</sup>

#### b. Promo “Tebus Murah” Alfamart

Promo yaitu pengantar yang dipakai untuk mengiklankan sebuah perusahaan dagang.<sup>8</sup> Sebagai satu dari sekian aspek pemasaran terbaru, promosi yaitu satu dari sekian bentuk komunikasi yang sering dipakai oleh *seller*; promosi dalam *selleran* merupakan komponen penting dalam kegiatan promosi produk. Beberapa minimarket sering memakai istilah “Tebus Murah” dalam konteks inisiatif pemasaran.<sup>9</sup> Dan merupakan sistem kontrak untuk menukar barang dengan barang

---

<sup>7</sup> Sunarto. *Perilaku konsumen*. (Yogyakarta:AMUS Yogyakarta, 2006), hal. 3

<sup>8</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 898.

<sup>9</sup> Idri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hal 170.

atau uang dengan barang,<sup>10</sup> tetapi perlu ada persyaratan terkait yang perlu dipenuhi pada saat perjanjian atau dalam sistem transaksi, jadi apa yang dimaksud dengan Murah Dengan persetujuan dua orang atau lebih untuk terlibat dalam perjanjian pertukaran untuk bertukar barang, menebus promo yaitu teknik belanja yang hemat biaya. Namun, ada kesepakatan bersyarat dalam pendekatan ini.

c. Hukum Islam

Islam yaitu praktik mengikuti aturan yang diberikan kepada manusia oleh Allah SWT melalui Rasul-Nya untuk membawa penebusan dunia dan akhirat. Seorang Muslim diwajibkan untuk mematuhi hukum Islam, yang didirikan oleh Allah SWT melalui nabi Muhammad SAW dan didasarkan pada kepercayaan dalam hubungannya dengan Allah SWT serta dengan orang lain dan hal-hal. Dengan kata lain, syariat Islam merupakan standar yang perlu diikuti oleh umat Islam agar bisa menjalani kehidupannya sesuai dengan ajaran Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW sebagaimana terekam dalam Al-Qur'an dan Hadits.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Khumedi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, (Bandar Lampung: Permatanet, 2016), h.104

<sup>11</sup> Achmad Irwan Hamzani, *Hukum Islam Dalam Sistem Hukum Indonesia*, (Jakarta : Kencana, 2020), hal. 16

## 2. Penegasan secara operasional.

Mengacu pada penegasan konseptual di atas, maka definisi operasional dari “Perilaku konsumen “Tebus Murah” Alfamart dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Desa Rejeni, Kecamatan Krembung, Kabupaten Sidoarjo)” ini yaitu mengkaji bagaimana perilaku konsumen yang berbelanja di Alfamart dalam kaitannya dengan promosi belanja redemption murah dan menetapkan apakah perilaku ini sesuai dengan syariat Islam di Alfamart desa Rejeni.

## F. Sistematika Pembahasan

Peneliti membagi kajian menjadi 6 bab, dan masing-masing bab dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Peneliti menyusun kajian ini secara berurutan, terorganisir, dan menghubungkan bab satu dengan bab selanjutnya. Di samping itu, dalam memaparkan isi yang terdapat dalam penelitian ini, peneliti memaparkan sistematika penelitian secara global untuk memudahkan pemahaman penelitian dan penelitian skripsi nantinya:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Latar belakang, rumusan topik kajian, tujuan penelitian, manfaat, definisi kata-kata yang dipakai dalam penelitian, dan metodologi pembahasan semuanya tercakup dalam bagian pendahuluan bab pertama.

### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan studi literatur yang secara konseptual menjelaskan asumsi yang dibuat dan mencakup berbagai aspek, termasuk: studi perilaku konsumen

teoretis, promosi penebusan yang terjangkau, perilaku konsumen dari sudut pandang hukum Islam, dan penelitian sebelumnya yang relevan.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Menjelaskan teknik pengumpulan dan pengolahan data yang dipakai peneliti untuk menghasilkan kesimpulan akhir yang telah dirumuskan. Metode penelitian ini terdiri dari komponen-komponen berikut: (a) jenis penelitian; (b) lokasi penelitian; (c) peneliti hadir; (d) sumber data penelitian; (e) strategi pengumpulan data; (f) teknik analisis data; (g) memastikan validitas hasil; dan (h) tahapan penelitian. Bab ini berfokus pada metode penelitian yang akan dipakai oleh para peneliti dengan cara yang terorganisir dengan baik dan efisien di masa depan.

### **BAB IV : PAPARAN DATA/TEMUAN PENELITIAN**

Pada bab ini disajikan hasil kajian terkait gambaran umum perilaku konsumen terkait penawaran redemption murah Alfamart di Desa Rejeni, Kecamatan Krembung, dan Kabupaten Sidoarjo. Hasil penelitian dan fakta-fakta yang cukup penting untuk dipelajari secara menyeluruh dan ekstensif dijelaskan dalam bab ini.

### **BAB V : PEMBAHASAN**

Bab ini membahas terkait perilaku konsumen di Alfamart Rejeni dalam kaitannya dengan hukum Islam dan mengkaji bagaimana perilaku konsumen tersebut saat mendapat potongan harga.

### **BAB IV : PENUTUP**

Ada dua gagasan utama dalam bab ini: kesimpulan dan saran. Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang diberikan pada bab-bab sebelumnya, ditarik kesimpulan. Berdasarkan temuan-temuan studi, dihasilkan rekomendasi-rekomendasi yang merinci tindakan-tindakan yang perlu dilaksanakan pihak-pihak yang terlibat sehubungan dengan temuan-temuan tersebut.

Daftar referensi, lampiran, pernyataan kebenaran tulisan, dan daftar riwayat hidup peneliti merupakan bagian penutup.