

**PERSEPSI KONSUMEN TENTANG PROSES
TRANSAKSI SYARIAH DI
212 MART AR. HAKIM MEDAN**

Oleh:

BADRUN NISA

NIM 51144013

Program Studi
EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2018 M / 1440 H

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Badrun Nisa**

Nim. : 51144013

Tempat/tgl. Lahir : Medan, 20 Mei 1996

Pekerjaan : Mahasiswi

Alamat : Jl. Letda Sujono Gg H Ruslan Lubis No. 162B Medan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PERSEPSI KONSUMEN TENTANG PROSES TRANSAKSI SYARIAH DI 212 MART AR. HAKIM MEDAN”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan atau kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya

Medan, 26 Oktober 2018

Yang Membuat Pernyataan

Badrun Nisa

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**PERSEPSI KONSUMEN TENTANG
PROSES TRANSAKSI SYARIAH
DI 212 MART AR.HAKIM
MEDAN**

Oleh:

Badrun Nisa
NIM. 51144013

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah

Medan, 26 Oktober 2018

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Chuzaimah Batubara, MA

NIP. 197007061996032003

Rahmi Syahriza, MA

NIP. 198501032011012011

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Dr. Marliyah, M.Ag

NIP. 197601262003122003

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya serta petunjuk-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Persepsi Konsumen Tentang Proses Transaksi Syariah di 212 Mart AR. Hakim Medan”**. Shalawat beriringan salam kita hadiahkan kepada junjungan alam baginda Rasul Muhammad SAW, sebagai suri tauladan umat manusia di dunia.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Program Studi S1 Ekonomi Islam Jurusan Ekonomi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Karya skripsi ini peneliti persembahkan kepada Ata tercinta H Muhammad Siddik Rauter dan Umi tercinta Hj Aisyah Hasibuan sebagai salah satu ucapan terima kasih peneliti yang sedalam-dalamnya, semoga penyelesaian skripsi ini bias mengobati sedikit rasa lelah dan jerih payah Ata tercinta dan Umi tersayang serta dapat membingkaikan raut bangga dan senyum bahagia diwajahnya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini hingga selesai peneliti banyak mendapat bimbingan, arahan, bantuan serta doa dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini, kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Saidurrahman, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA, selaku DEKAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Dr. Marliyah, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang telah banyak berjasa dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nasution, MA, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Dr Chuzaimah Batubara, MA, selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Pembimbing Akademik saya, yang senantiasa meluangkan waktu demi memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Rahmi Syahriza, MA, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan masukan sehingga skripsi ini bisa diselesaikan.
7. Kepada Seluruh bapak/ibu dan abang-abang pegawai dan para konsumen selaku memberikan kesempatan untuk peneliti melakukan penelitian di 212 Mart AR.Hakim Medan.
8. Segenap staf, dosen, dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi ini.
9. Kepada Ibu saya Fatimah Hasibuan beserta suami dan Om saya H.M Nurdin Hasibuan beserta istri yang telah mendukung dan mendoakan peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Abang saya Rahmad Fadhlán, kakak saya Kumala Tiwari, adik-adik saya Putri Nabila, Shofiah Alawiyah dan kakak-kakak sepupu saya yang lainnya, yang telah banyak membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Kepada orang dekat dengan saya Muhammad Inal yang telah menyemangati, memberikan dorongan, masukan dan berbagai bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada sahabatku di perkuliahan Risda Pratiwi, Hidayati Fauziah Pasaribu, Fitri Hayati Rahmah, Nurdalilah Hasby, Puput Tri Hamidah, dan Cahaya Novita yang telah menyemangati, memberikan dorongan, masukan dan berbagai bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada sahabatku semasa sekolah Haninda Shifa Aulia, Shafira Tri Handayani, Putri R Jannah, Nuzulliah Rahmah, Nurul Rahmi, Khairul Fikri, dan lainnya, yang telah banyak menyemangati dan memberikan motivasi agar peneliti segera menyelesaikan skripsi ini.

14. Kepada teman-teman KKN 35 Sambirejo tahun 2017 khususnya Anisa Zein, Dian Vandeyli Putri, Lisa Ajria, Rodiatul Hikmah, Rossy Ayu Wardani dan Sania Putri yang telah memberi masukan dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Kepada teman-teman sekelas Mahasiswa EPS A yang selama ini telah berjuang bersama dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi.
16. Dan seluruh teman-teman penulis yang mungkin tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Terima kasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Peneliti hanya dapat berdoa semoga kebaikan yang telah diberikan akan dibalas Allah SWT dengan yang lebih baik. Dan semoga amal yang telah lakukan dijadikan amalan yang tidak putus pahalanya, dan bermanfaat untuk kita semua di dunia maupun di akhirat.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti sendiri dan bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan. Jazaakallah khairon.

Medan, 26 Oktober 2018

Peneliti,

Badrun Nisa

NIM. 51144013

DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAKS	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Batasan Istilah.....	6
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
A. Teori Persepsi Konsumen	
1. Pengertian Persepsi Konsumen.....	7
2. Syarat Terjadinya Persepsi.....	10
3. Unsur-Unsur Persepsi.....	10
4. Proses Terbentuknya Persepsi.....	11
5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Persepsi.....	14
6. Konsep Persepsi dalam Islam.....	15

B. Teori Transaksi Syariah	
1. Pengertian Transaksi Syariah.....	16
2. Prinsip Dasar Transaksi Syariah.....	20
3. Transaksi Yang Sesuai Syariah.....	20
4. Tujuan Akad Untuk Kemaslahatan.....	21
C. Transaksi Jual Beli Dalam Perdagangan	
1. Pengertian Jual Beli.....	21
2. Rukun Jual Beli.....	22
3. Hukum Jual Beli.....	23
4. Syarat Sahnya Jual Beli.....	26
5. Macam-Macam Jual Beli.....	27
6. Unsur Kelalaian Dalam Jual Beli.....	29
7. Saksi Dalam Jual Beli.....	30
8. Khiyar Dalam Jual Beli.....	30
9. Bentuk-Bentuk Jual Beli.....	31
10. Persyaratan Dalam Jual Beli.....	32
D. Kerangka Teoritis.....	34
E. Penelitian Terdahulu.....	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian.....	40
C. Subjek Penelitian.....	40
D. Pengumpulan Data.....	40
E. Analisis Data.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Perusahaan	
1. Sejarah Berdirinya 212 Mart.....	46
2. Visi dan Misi 212 Mart.....	48

3. Analisis Awal 212 Mart.....	48
4. Aspek Bisnis 212 Mart.....	49
B. Struktur Organisasi 212 Mart.....	50
C. Hasil Penelitian	
1. Persepsi Konsumen Tentang Proses Transaksi Syariah di 212 Mart.....	54
2. Proses Transaksi Sesuai Dengan Akad Jual Beli	
3. Syariah di 212 Mart.....	56
4. Bagaimana Keberadaan 212 Mart Mempengaruhi Persepsi (Pengetahuan) Konsumen Terhadap Proses Transaksi Syariah Yang Ideal.....	58
D. Analisis Penelitian.....	61
 BAB V	
PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran	63
 DAFTAR PUSTAKA	x
 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Kunjungan Transaksi di 212 Mart.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pembentukan Persepsi.....	13
Gambar 2.2 Kerangka Teoritis.....	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi 212 Mart AR.Hakim.....	50

ABSTRAK

Persepsi Konsumen Tentang Proses Transaksi Syariah di 212 Mart AR.Hakim
Medan

Oleh:

Badrun Nisa

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai tentang proses transaksi syariah di 212 Mart. Dalam penelitian ini, sumber data yang disajikan adalah data primer yaitu data yang langsung diambil dari objek penelitian, sedangkan usaha untuk memperoleh data yang dibutuhkan, metode yang digunakan adalah Kuesioner dan Wawancara. Pengajuan kuesioner ini dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan tertulis dalam suatu daftar pertanyaan kepada responden. Kuesioner ini menggunakan sistem tertutup, yaitu bentuk pertanyaan yang disertai alternatif jawaban dan responden tinggal memilih salah satu dari alternatif jawaban tersebut. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan tahap reduksi data, *display* dan *Conslusion* (keabsahan data). Responden dalam penelitian ini berjumlah 20 orang, yang merupakan pelanggan di 212 Mart. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa, persepsi konsumen tentang proses transaksi syariah di 212 Mart masih belum beragam, 12 dari 20 orang menyatakan dikatakan sepenuhnya sesuai dengan syariah Islam, Dalam prakteknya, bahwa delapan konsumen ini sudah mengetahui proses saat melakukan transaksi yaitu tidak ada kesepakatan untuk menipu orang lain, transaksi barang-barang yang diharamkan, ada pertukaran barang dan uang, dan tidak ada paksaan dalam transaksi tersebut. Pengetahuan proses transaksi syariah bagi konsumen berbeda-beda. Dari dua puluh konsumen yang peneliti wawancarai hanya dua belas yang memahami salah satu rukun di dalam akad yaitu ijab dan kabul. Tetapi hanya sepuluh konsumen yang benar-benar memahami tentang akad dalam transaksi jual beli ini sekaligus menerapkannya dalam menjalankan transaksinya. Delapan konsumen yang juga menerapkan ijab dan kabul tetapi mereka ini tidak memahami secara teori tentang akad dalam transaksi jual beli. Sedangkan konsumen lainnya yang tidak menerapkan ijab dan kabul dalam proses transaksinya, tetapi mereka ini sebenarnya memahami tentang akadnya. Alasan kenapa mereka tidak menerapkannya adalah karena mereka beranggapan bahwa ijab dan kabul itu tidak harus diucapkan secara lisan

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Proses Transaksi Syariah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masuk dan berkembangnya era modernisasi ternyata memberikan pengaruh terhadap orientasi perkembangan kota-kota metropolitan yang ada di Indonesia, di mana karakter ruang pada tiap-tiap kota metropolitan tersebut dikemas menjadi semakin modern. Seperti yang dapat kita lihat, pada era modernitas saat ini ditandai dengan banyaknya pembangunan-pembangunan infrastruktur dengan konsep lebih modern, sampai pada pembangunan pasar dengan konsep yang lebih modern. Kita bisa melihat bahwa pasar-pasar modern saat ini secara kasat mata dapat kita pastikan memiliki tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi.

Dengan adanya perubahan trend perilaku berbelanja konsumen yang lebih mengutamakan kepraktisan dan kemudahan, maka timbullah motif pembelian dalam pemilihan tempat berbelanja di pasar-pasar modern seperti Mall, Supermarket, Departement Store, Shopping Center dan lain-lain. Masyarakat yang dulunya suka berbelanja di pasar tradisional, seiring dengan kemudahan yang diterima konsumen seperti terpenuhinya semua kebutuhan di dalam satu atap dan tidak perlu lagi keluar masuk dari satu toko ke toko lainnya untuk memenuhi dua atau tiga macam barang, Dengan kehadiran minimarket-minimarket ini semakin menggeser peranan pasar tradisional dan toko-toko eceran kecil lainnya sehingga banyak pemilik warung kehilangan pelanggan yang dapat mengurangi omset penjualan. Tidak menutup kemungkinan, kondisi yang timpang tersebut juga berpotensi menumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial di antara para pelaku usaha khususnya pedagang kelontong dengan modal terbatas, dengan kondisi usaha yang semakin terpuruk bahkan bisa mati.

Perkembangan dunia yang semakin maju ini menuntut setiap individual untuk siap menghadapi segala hal perubahan yang akan terjadi. Tanpa disadari

bahwa segala perubahan itu terjadi begitu cepat. Perubahan-perubahan itu akan selalu terjadi dalam suatu kerangka waktu yang relatif tidak terlalu lama.

Beberapa aspek yang mendukung terjadinya akselerasi perubahan itu disebabkan karena adanya perubahan perekonomian yang bersifat global, perubahan selera konsumen, arena persaingan yang semakin luas, dan juga karena teknologi yang semakin mengarah pada kemudahan. Pada saat ini, pola gaya hidup masyarakat pun berubah yang salah satunya ialah terjadi perubahan dalam motivasi perilaku berbelanja konsumen atau yang disebut dengan perilaku konsumen. Perilaku berbelanja konsumen saat ini berubah di karenakan adanya tuntutan era modernisasi. Dalam trend perilaku konsumen di era modern khususnya dalam pemilihan tempat belanja di Indonesia termasuk di kota Medan juga mengalami peningkatan yang sangat berarti. Para konsumen sekarang menuntut kenyamanan dalam berbelanja.

Selain kenyamanan yang diperhatikan saat ini adalah kesadaran beragama. Apabila seorang ingin memulai bisnis, terlebih dahulu ia harus mengetahui dengan baik hukum agama yang mengatur bisnis agar ia tidak melakukan aktivitas yang haram dan merugikan masyarakat. Dalam bekerja dan berbisnis wajib bagi setiap muslim untuk memahami bagaimana bertransaksi agar tidak terjerumus dalam jurang keharaman hanya karena ketidaktahuan. Oleh karena itu, etika Islam mengiringi pensyariaan hukum-hukum transaksi yang bermacam-macam.

Lahirnya Koperasi Syariah 212 didorong karena kondisi lemahnya ekonomi umat Islam di Indonesia. Fenomena ini menggugah para ahli khususnya ahli ekonomi syariah untuk bangkit dan bergerak melawan ketimpangan ekonomi umat yang kondisinya sangat memprihatinkan belakangan ini. Bermula dari Aksi Bela Islam 1,2 dan 3 yang lalu, akhirnya pada tanggal 20 Januari 2017 tercetus ide-ide dari para pakar pegiat ekonomi syariah di Indonesia untuk menyepakati kesepakatan bersama mendirikan koperasi syariah pertama 212 di Sentul Bogor Jawa Barat. Dari pengukuhan ini, nantinya umat akan memperoleh izzah (harga diri dan kemuliaan) di Indonesia. Dengan banyaknya jumlah umat Islam yang jadi

mayoritas di Indonesia sudah merupakan potensi pasar yang sangat besar, ditambah daya beli umat yang sangat luar bisa di bidang ekonomi,”

Pada tanggal 5 Maret 2017 sebanyak 29 komunitas perwakilan dari daerah Jabodetabek, Jawa Tengah, Madiun, Surabaya, Sumatera dan Kalimantan turut ikut serta mengukuhkan diri sebagai anggota koperasi yang menjadi bagian untuk membangkitkan ekonomi syariah umat Islam di Indonesia.

Target awal kita, agar Koperasi Syariah 212 dapat masuk menjadi 5 koperasi terbesar di Indonesia. Kalau dalam istilah properti, “kita beli Indonesia” dan target besarnya nanti kita ingin mengelola, memberdayakan dan mengendalikan semua bisnis di Indonesia. Ibara sebuah bisnis, kita akan punya pabrik yang produksi, distribusi dan alokasi, serta punya pasarnya pun sendiri.”¹

Koperasi Primer Syariah 212 ini didirikan untuk menopang seluruh kebutuhan umat dan memberdayakan semua potensi umat Islam yang ada di Indonesia. Kegiatannya meliputi pengumpulan dan pengelolaan dana, seperti lembaga keuangan yang menampung simpanan pokok dan simpanan wajib. Juga akan mengembangkan bisnis seperti bisnis properti, Waralaba, mini market, investasi seperti Reksa Dana.

Gerai minimarket 212 di medan yang pertama berada di Johor dan yang kedua berada di AR. Hakim. Gerai kedua ini diresmikan pada hari Minggu 12 November 2017. Ini merupakan gerai yang ke-38 dari seluruh gerai yang telah berdiri. Ini adalah Gerai kedua yang mereka dirikan. Salut dengan Komunitas 212 Medan yang telah berhasil menghimpun kekuatan ummat Islam sekitar untuk berbuat sesuatu untuk ekonomi ummat, berusaha memenuhi kebutuhan ummat, dan hasilnya akan kembali kepada ummat.

Sejalan dengan perkembangan yang berlangsung di Indonesia saat ini dari tahun ke tahun proses pemenuhan akan kebutuhan hidup terutama yang menyangkut mengenai kebutuhan primer serta sekunder meningkat terus menerus. Hal ini menyebabkan manusia yang berperan sebagai konsumen menginginkan proses pembelian barang-barang kebutuhan sehari-hari agar tercipta lebih mudah,

¹Hidayatullah, penanggung jawab 212 Mart Ar. Hakim, wawancara di Medan, tanggal 20 Agustus 2018.

dimana pada saat ini kita semua mengenalnya sebagai sebuah tempat belanja yang mudah dan langsung. Hal ini mendorong pengusaha-pengusaha untuk menanamkan modalnya dibidang usaha retail serta memperluasnya.

Dengan munculnya usaha-usaha retail baru tersebut tentu dapat mempengaruhi pangsa pasar yang sudah ada. Untuk itu maka perlu adanya peningkatan pelayanan terhadap konsumen serta pemulihan strategi pelayanan yang tepat agar para konsumen yang telah dikuasai dapat dipertahankan atau bisa meningkatkan konsumen yang sudah ada tersebut, dengan adanya hal tersebut ternyata dapat dihadirkan oleh para pelaku bisnis usaha retail yang menempatkan . usaha-usaha retail tersebut yang telah kita kenal dengan sebutan minimarket dalam skala kecil.

Idealnya transaksi syariah didalamnya tidak mengandung unsur ribawi, harga pokok sama-sama mengetahui dan harga keuntungan diketahui juga. Transaksi yang sesuai syariah tidak mengandung unsur dzalim dan pelayanan yang ramah terhadap konsumen.² Kenyataannya kemampuan minimarket dalam memberikan pelayanannya bagi kepuasan para konsumen terhadap harga barang yang dijual kurang, kemampuan minimarket dalam memberikan pelayanannya bagi kepuasan para konsumen terhadap fasilitas tempat yang memberikan kenyamanan bagi setiap konsumen yang melakukan transaksi atau melakukan pembelian terhadap barang yang ditawarkan oleh minimarket tersebut. Dan menurunnya tingkat pelayanan sebagai akibat dari kegagalan dalam pelaksanaan pelayanan pelanggan.

Dibandingkan dulu sebelum bisnis syariah menjadi trend sekarang agak sulit membedakan antara bisnis syariah sesungguhnya atau hanya berlabel syariah. Kini banyak bisnis yang berlabel syariah namun ternyata tetap melanggar hukum syara. Tetap mengandung riba di dalamnya.

Sehingga bagi anda pebisnis pemula jangan terkecoh. Meskipun yang menyelenggarakannya tersebut adalah orang muslim, menggunakan pakaian yang sesuai syariah namun karena kini banyak lembaga yang berlabel syariah

²Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 390.

bernuansa Islam sangat kental namun itu hanya simbol syariah yang diusung hanya sekedar label semata. Faktanya tak lebih dari transaksi ala kapitalis.

Anda harus teliti dulu sebelum memutuskan untuk berbisnis tersebut atau tidak. Bagaimana cara mereka mendirikan suatu bisnis, bagaimana pelaksanaannya, bagaimana cara mendapatkan keuntungan. Pernahkah mereka melakukan penipuan.

Berdasarkan paparan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih jauh tentang bagaimana persepsi konsumen tentang proses transaksi syariah tersebut. Untuk itu, penulis mengangkat permasalahan tersebut dengan judul: **“PERSEPSI KONSUMEN TENTANG PROSES TRANSAKSI SYARIAH DI MINIMARKET 212 MART AR HAKIM MEDAN.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka masalah yang diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen tentang proses transaksi syariah di 212 Mart?
2. Bagaimana proses transaksi di 212 Mart sudah sesuai dengan akad jual beli syariah?
3. Bagaimana keberadaan 212 Mart mempengaruhi persepsi (pengetahuan) konsumen terhadap proses transaksi syariah yang ideal ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi di 212 mart yang dihasilkan berdasarkan persepsi konsumen.
2. Untuk mengetahui proses transaksi syariah yang paling dominan dimiliki oleh 212 Mart berdasarkan persepsi konsumen.
3. Untuk mengetahui pendapat konsumen tentang keberadaan 212 Mart.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

a. Bagi Penulis

Menerapkan ilmu yang diperoleh semasa kuliah dan mengaplikasikannya sesuai dengan kondisi yang ada serta menambah dan mengembangkan wawasan penulis mengenai persepsi konsumen tentang proses transaksi di minimarket 212.

b. Bagi Almamater

Dapat memberikan ilmu pengetahuan yang lebih tentang persepsi konsumen tentang proses transaksi syariah di minimarket 212 dan semoga menjadi acuan bagi penelitian-penelitian sejenis berikutnya.

c. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan informasi kepada masyarakat umum mengenai minimarket berbasis syariah, khususnya bagi para pemilik minimarket sebagai referensi untuk meningkatkan kemajuan ekonomi syariah.

E. Batasan Istilah

Banyak hal yang dapat digali dan dipaparkan tentang pengembangan usaha. Untuk memudahkan dan menghindari kesalahan dalam penafsiran, perlu adanya batasan yang jelas mengenai istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka diperlukan definisi yang lebih spesifik, yaitu:

1. Persepsi suatu proses yang dipelajari melalui interaksi dengan lingkungan sekitar.
2. Konsumen setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
3. Proses adalah urutan pelaksanaan atau kejadian yang saling terkait yang bersama-sama mengubah masukan menjadi keluaran.
4. Transaksi Syariah adalah transaksi yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA TEORITIS

A. Teori Persepsi Konsumen

1. Pengertian Persepsi Konsumen

Secara bahasa persepsi berasal dari bahasa Inggris yaitu *perception* yang artinya penglihatan/ tanggapan daya memahami/ menanggapi.³ Namun secara istilah persepsi adalah proses seseorang dalam mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.⁴

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, di mana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembarakan. Sensasi juga dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua, persepsi akan timbul.

Menurut Stanton, “persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangsangan-rangsangan) yang kita terima melalui lima indra.” Menurut Hawkins dan Coney (2005), “persepsi adalah proses bagaimana stimuli itu diseleksi, diorganisasi, dan diinterpretasikan.”⁵

Persepsi diartikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan kedalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.⁶ Dalam kehidupan sehari-hari, kita akan melihat reaksi setiap orang akan berbeda sekalipun stimuli yang dihadapi adalah sama baik bentuknya, tempatnya, dan waktunya. Umpamanya, dua orang pada lingkungan yang sama akan berbeda bentuk reaksinya dalam menghadapi stimuli yang sama. Hal ini

³ Jhon M. Echols, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2005), h. 424

⁴ Ali M.B dan T.Deli *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Bandung: Penabur Ilmu, 2000), h. 880

⁵Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013) hlm 69-71.

⁶Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), Ed. 1, h.92

karena komposisi potensi dan kapabilitas mereka berbeda dalam menunjukkan kemampuan, kualitas berfikir, dan keakuratan mengambil tindakan. Kaitan ini sangat individual.

Berikut ini adalah beberapa ahli yang memberikan pendapat tentang pengertian persepsi, diantaranya adalah:

1. Menurut Bower, persepsi ialah interaksi (Tafsiran) tentang apa yang diinderakan atau dirasakan individu.
2. Menurut Bimo Walgito, persepsi merupakan proses yang terjadi di dalam diri individu yang dimulai dengan diterimanya rangsang, sampai rangsang itu disadari dan dimengerti oleh individu sehingga dapat mengenali dirinya sendiri dan keadaan di sekitarnya.⁷
3. Menurut Chalpin persepsi adalah proses mengenali objek dan kejadian dengan indra.

Menurut Kotler persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.⁸ Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

Dalam kehidupan sehari-hari persepsi dan memori diseleksi secara ketat. Begitu banyaknya informasi yang tersedia, seseorang hanya bisa di “*expose*” secara terbatas. Selektivitas terhadap informasi yang tersedia sering disebut “*perceptual defenses*” yang berarti seseorang bukan penerima pesan pemasaran yang pasif. Sebaliknya konsumen sebagian besar menentukan pesan yang mereka temui dan mereka lihat sama dengan arti / makna yang akan diberikan pada pesan tersebut. Jadi jelaslah bahwa pemasar menghadapi tugas yang menantang ketika berkomunikasi dengan konsumen.⁹

⁷ <http://www.google.com>, *Pengertian Persepsi*, diakses tanggal 16 Agustus 2018

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2000), hlm. 147.

⁹ J. Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2011), h. 163

Pada dasarnya persepsi merupakan proses bagaimana rangsangan atau stimuli-stimuli di seleksi diorganisasikan dan diinterpretasikan atau diberi nama / arti. Menurut Wiliam J Stanton: “Persepsi dapat diartikan sebagai makna yang kita hubungkan berdasarkan pengalaman masa lampau, rangsangan yang kita terima melalui 5 indera”. Menurut *Webster’s New Word Dictionary 1987*: “*Perception is the mental grasp of object, etc. through the senses by perceiving or the knowledge etc got.*”

Persepsi adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya tergantung pada hal fisik tetapi juga berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut.¹⁰

Persepsi konsumen berkaitan erat dengan kesadarannya yang subjektif mengenai realitas, sehingga apa yang dilakukan seorang konsumen merupakan reaksi terhadap persepsi subjektifnya, bukan berdasarkan realitas yang objektif. Jika seorang konsumen berfikir mengenai realitas, itu bukanlah realitas yang sebenarnya, tetapi merupakan pikirannya mengenai realitas yang akan mempengaruhi tindakannya, seperti keputusan membeli.

Persepsi konsumen merupakan suatu tanggapan dari konsumen yang berupa persepsi negatif maupun positif yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dalam memberikan apa yang diinginkan oleh konsumen. Terlebih lagi dalam perusahaan jasa dimana pelayanan yang bai merupakan suatu hal yang sangat penting yang harus dilakukan oleh perusahaan guna meningkatkan jumlah penjualan jasa yang ditawarkan. Keagen mengemukakan bahwa terdapat tiga macam persepsi yaitu :

- 1) Informasi yang diperoleh dari sumber lain, tetapi diperlukan persepsi indera dan fenomena sebenarnya untuk mencatat informasi dalam pikiran responden
- 2) Informasi yang tersedia dari sumber alternative
- 3) Latar belakang informasi yang dimiliki seseorang dari pengamatan situasi

¹⁰Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), h. 175

2. Syarat Terjadi Persepsi

Menurut Sunaryo syarat-syarat terjadinya persepsi adalah sebagai berikut:

- 1) Adanya objek yang dipersepsi.
- 2) Adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan persepsi.
- 3) Adanya alat indera/reseptor yaitu alat untuk menerima stimulus.
- 4) Saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus ke otak, yang kemudian sebagai alat untuk mengadakan respon.¹¹

3. Unsur-Unsur Persepsi

Unsur-unsur persepsi yaitu :

a. Sensasi

Sensasi merupakan respon yang segera dan langsung dari alat panca indera terhadap stimulus yang sederhana (iklan, kemasan, dan merk). Stimulus adalah setiap unit masukan yang diterima oleh panca indera. Kepekaan konsumen merujuk pada pengalaman berupa sensasi. Kepekaan terhadap stimulus berbeda-beda sesuai dengan perbedaan kualitas indera penerima individu dan besarnya atau intensitas stimuli yang dialaminya.

b. Ambang *Absolut*

Tingkat terendah di mana seseorang dapat mengalami sensasi disebut ambang absolut. Titik dimana seseorang dapat mengetahui perbedaan antara “ada sesuatu” dan “tidak ada apa-apa” merupakan ambang absolut orang itu terhadap stimulus tersebut. Dalam bidang persepsi, istilah penyesuaian diri khususnya merujuk pada “menjadi terbiasa” terhadap sensasi dan tingkat stimulasi tertentu.

c. Ambang Diferensial (*Just Noticeable Difference*)

Perbedaan terkecil (minimal) yang dapat dirasakan antara dua macam stimuli yang hampir serupa disebut ambang diferensial atau *just*

¹¹Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan*, (Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2002), h. 98

noticeable difference (perbedaan yang masih dapat dilihat). Ernest Weber seorang ilmuwan Jerman abad 19 menemukan bahwa *Just Noticeable Difference* (J.N.D). antara dua stimuli tidak merupakan jumlah absolut tetapi jumlah relatif atas intensitas stimulus pertama. Hukum Weber menyatakan bahwa semakin besar stimulus pertama, semakin besar intensitas tambahan yang dibutuhkan supaya stimulus kedua dapat dirasakan perbedaannya. Sebagai contoh, kenaikan \$100 pada harga sebuah mobil mungkin tidak akan diperhatikan, tetapi kenaikan \$1 pada harga premium (bensin) segera akan menjadi perhatian para konsumen, karena merupakan persentase yang berarti dari harga bensin sebelum terjadi kenaikan harga.¹²

4. Proses Pembentukan Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Kemudian, penginderaan merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima, yaitu alat indera. Namun, proses tidak berhenti pada tahap ini saja. Pada umumnya stimulus diteruskan oleh syaraf sensorik ke otak sebagai pusat susunan syaraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi, yaitu orang menyadari apa yang diinderanya. Oleh karena itu, proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan dan proses penginderaan merupakan proses yang mendahului proses persepsi.¹³ Proses persepsi mencakup seleksi, organisasi, dan interpretasi perseptual.

1. Seleksi Perseptual

Seleksi perseptual terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada set psikologis (*psychological set*) yang dimiliki. Set psikologis adalah berbagai informasi yang ada dalam memori konsumen. Sebelum seleksi persepsi terjadi, terlebih dahulu stimulus harus mendapat perhatian dari konsumen. Oleh karena

¹²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2000), hlm. 155-156.

¹³Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta, Andi Offset, 2002), hlm. 65.

itu, dua proses yang termasuk dalam definisi seleksi adalah perhatian (*attention*) dan persepsi selektif (*selective perception*).

2. Organisasi Perseptual

Organisasi perseptual (*perceptual organization*) berarti konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami secara lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi perseptual penyatuan adalah bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh. Prinsip-prinsip penting dalam integrasi persepsi adalah penutupan, (*closure*), pengelompokan (*grouping*), dan konteks (*context*).

a. Penutupan

Prinsip penutupan paling cocok dipakai untuk merek produk yang cukup dikenal oleh para konsumen. Prinsip ini digunakan untuk memancing konsumen untuk mengisi huruf yang kosong sehingga menjadi suatu nama merek yang utuh.

b. Pengelompokan

Proses penyebutan angka nomor telepon anda secara terpisah-pisah agar mudah diingat disebut pengelompokan. Tiga prinsip pengelompokan untuk menggolongkan stimulus atau objek adalah.

- 1) Kedekatan (*proximity*);
- 2) Kesamaan (*similarity*);
- 3) Kesenambungan (*continuity*).

c. Konteks

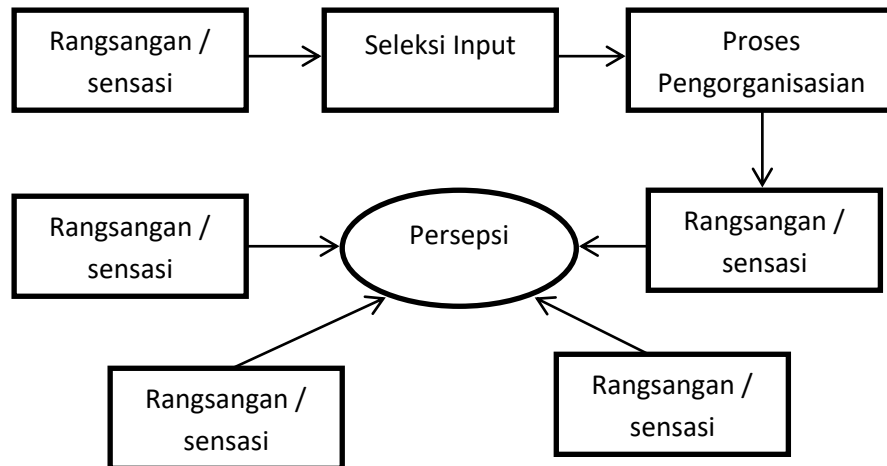
Stimuli yang diterima oleh konsumen cenderung dihubungkan dengan konteks atau situasi yang melingkupi konsumen. Oleh karena itu, latar dari iklan akan memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk.

3. Interpretasi Perseptual

Proses terakhir dari persepsi adalah pemberian interpretasi atas stimuli yang diterima konsumen. Interpretasi ini didasarkan pada pengalaman penggunaan pada masa lalu, yang tersimpan dalam memori jangka panjang konsumen.¹⁴

Dalam proses persepsi perlu adanya perhatian sebagai langkah persiapan dalam persepsi itu. Hal tersebut karena keadaan menunjukkan bahwa individu tidak hanya dikenai oleh satu macam stimulus saja, tetapi individu dikenai berbagai macam stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitarnya. Namun demikian tidak semua stimulus mendapatkan respon dari seorang individu untuk dipersepsi. Secara umum persepsi yang terbentuk dari stimuli-stimuli bergantung pada faktor-faktor perangsang, cara belajar, perangkat keadaan jiwa atau suasana hati, dan faktor-faktor motivasional. Untuk memudahkannya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 2.1 Proses Pembentukan Persepsi



Sumber: Proses perseptual. *Manajemen Jasa*, Farida Jasfar. 2005

¹⁴Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013) hlm 69-71.

Proses pembentukan persepsi dimulai dengan penerimaan rangsangan dari berbagai sumber melalui panca indera yang dimiliki, setelah itu diberikan respon sesuai dengan penilaian dan pemberian arti terhadap rangsangan lain. Setelah diterima rangsangan atau data yang ada diseleksi. Untuk menghemat perhatian yang digunakan rangsangan-rangsangan yang telah diterima diseleksi lagi untuk di proses pada tahapan yang lebih lanjut. Setelah diseleksi rangsangan diorganisasikan berdasarkan bentuk sesuai dengan rangsangan yang telah diterima. Setelah data diterima dan diatur, proses selanjutnya individu menafsirkan data yang diterima dengan berbagai cara. Dikatakan telah terjadi persepsi setelah data atau rangsangan tersebut berhasil ditafsirkan.

5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Persepsi

Menurut Mifta Thoha berbagai macam faktor-faktor perhatian yang berasal dari luar maupun dari dalam dapat mempengaruhi proses seleksi persepsi:

- 1) Faktor Internal
 - a) Informasi yang diperoleh
 - b) Pengetahuan dan kebutuhan sekitar
 - c) Ukuran¹⁵
- 2) Faktor Eksternal
 - a) Perasaan
 - b) Keinginan atau harapan
 - c) Nilai dan kebutuhan serta minat
 - d) Motivasi

¹⁵Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 149

6. Konsep Persepsi dalam Islam

Dalam Al-Qur'an dapat dilihat bagaimana ajaran Islam menjelaskan tentang konsep persepsi konsumen seperti dalam Az-Zumar ayat 18:

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا
الْأَلْبَابِ ١٨

Artinya: “Yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. Mereka itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka itulah orang-orang yang mempunyai akal.” (QS. Az-Zumar: 18).¹⁶

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa orang yang selalu mendengar perkataan yang benar, lalu ia mengerjakan mana yang paling baik dari semua perkataan yang benar itu. Mereka pun akan memperoleh apa yang diperoleh oleh hamba-hamba Ku yang takwa. Mereka itu adalah orang-orang yang selalu mengikuti petunjuk Ku dan selalu menggunakan akal yang sehat.

Begitu halnya dengan persepsi harus mendengarkan lalu mengikuti yang didengar dengan mencari yang baik. Oleh itu semua yang didengar itu baik dan dapat diikuti, tapi harus bisa memilih dan mengikuti yang terbaik diantara semuanya.

Rasulullah memberikan contoh melalui cara beliau memberi informasi untuk membangun sebuah persepsi yang baik, dengan penampilan yaitu dengan tidak membohongi yang melihat dan mendengarkan, baik menyangkut ucapan maupun perbuatan. Kemudian Qur'an surat Al-isra' ayat 48:

أَنْظُرْ كَيْفَ ضَرَبُوا لَكَ الْأَمْثَالَ فَضَلُّوا فَلَا يَسْتَطِيعُونَ سَبِيلًا ٤٨

Artinya: “Lihatlah bagaimana mereka membuat perumpamaan-perumpamaan kepadamu; karena itu mereka menjadi sesat dan tidak dapat lagi menemukan jalan (yang benar).” (QS. Al-isra':48)¹⁷

¹⁶Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahan*; Az-Zumar: 18, (Jakarta: PT Kalim, 2010), h.240

¹⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*; Al-isra': 48, (Jakarta: CV Pustaka Agung Harapan, 2006)

Dari ayat diatas Allah meminta agar memperhatikan bagaimana kaum musyrikin itu membuat perumpamaan buruk terhadap Muhammad. Oleh karena itulah maka mereka itu telah menjadi sesat dan tidak akan mendapatkan petunjuk, karena mereka telah terlalu menyimpang dari jalan yang benar. Mereka itu sebenarnya tidak mau mengakui kebenaran wahyu yang dibacakan Rasulullah, karena wahyu tersebut membawakan keterangan-keterangan yang bertentangan dengan kepercayaan yang mereka pusakai. Oleh sebab itu maka mereka tidak dapat diharapkan lagi untuk mendapat petunjuk lain dan bimbingan dari wahyu tersebut.

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa tidak boleh memberi informasi yang buruk dan yang menjebak kepada orang lain, sebab dapat menjadi kesalahan dan menyesatkan yang melihat serta akan mencelakai dan merugikan. Maka dianjurkan memberi informasi atau berita yang baik agar muncul persepsi yang baik pula.

B. Teori Transaksi Syariah

1. Pengertian Transaksi Syariah

Transaksi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang yang menimbulkan perubahan terhadap harta atau keuangan yang dimiliki baik itu bertambah ataupun berkurang. Misalnya menjual harta, membeli barang, membayar hutang, serta membayar berbagai macam biaya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam transaksi terdapat administrasi transaksi. Adapun yang dimaksud administrasi disini adalah suatu kegiatan untuk mencatat perubahan keuangan seseorang atau organisasi yang dilakukan secara teliti serta menggunakan metode-metode tertentu.

Semua perikatan (transaksi) yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih, tidak boleh menyimpang dan harus sejalan dengan kehendak syariat. Tidak boleh ada kesepakatan untuk menipu orang lain, transaksi barang-barang yang diharamkan.¹⁸ Istilah “perjanjian” dalam hukum Indonesia disebut “akad” dalam

¹⁸M. Ali Hasan, *Berbagai macam Transaksi Dalam Islam (Fih Muamalah)*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2003), hal 101

hukum Islam kata akad berasal dari kata *al-aqd*, yang berarti mengikat, menyambung atau menghubungkan (*ar-rabt*). Sebagai suatu istilah hukum Islam, ada beberapa defenisi yang diberikan kepada akad (perjanjian):¹⁹

1. Menurut pasal 262 *Mursyid al-Hairan*, akad merupakan pertemuan ijab yang diajukan oleh salah satu pihak dengan kabul dari pihak lain yang menimbulkan akibat hukum pada objek akad.
2. Menurut penulis, akad adalah pertemuan ijab dan qabul sebagai pernyataan kehendak dua pihak atau lebih untuk melahirkan suatu akibat hukum pada objeknya.²⁰

Kedua defenisi di atas memperlihatkan bahwa, pertama, akad merupakan keterkaitan atau pertemuan ijab dan kabul yang berakibat timbulnya akibat hukum. Ijab adalah penawaran yang, diajukan Oleh salah satu pihak, dan kabul adalah jawaban persetujuan yang diberikan mitra akad sebagai tanggapan terhadap penawaran pihak yang pertama. Akad tidak terjadi apabila pernyataan kehendak masing-masing pihak tidak terkait satu sama lain karena akad adalah keterkaitan kehendak kedua pihak yang tercermin dalam ijab dan kabul.²¹

Kedua, akad merupakan tindakan hukum dua pihak karena akad adalah pertemuan ijab yang merepresentasikan kehendak dari satu pihak dan kabul yang menyatakan kehendak pihak lain. Tindakan hukum satu pihak, seperti janji memberi hadiah, wasiat, wakaf, atau pelepasan hak, bukanlah akad, karena tindakan-tindakan tersebut tidak merupakan tindakan dua pihak dan karenanya tidak memerlukan kabul. Konsepsi akad sebagai tindakan dua pihak adalah pandangan ahli-ahli bhukum Islam modern. Pada zaman pra modern terdapat perbedaan pendapat. Sebagian besar fukaha memang memisahkan secara tegas kehendak sepihak dari akad, akan tetapi sebagian lain menjadikan akad meliputi juga kehendak sepihak. Bahkan ketika berbicara tentang aneka ragam akad khusus mereka tidak membedakan antara akad dan kehendak sepihak sehingga mereka

¹⁹*Ibid*, hal 70-71

²⁰Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah Studi Tentang Teori Akad dalam Fiqih Muamalah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), hal 68-69

²¹*ibid*

membahas pelepasan hak, wasiat dan wakaf bersama-sama dengan pembahasan mengenai jual beli, sewa menyewa dan semacamnya, serta mendiskusikan apakah hibah memerlukan ijab dan kabul atau cukup ijab saja.²²

Ketiga, tujuan akad adalah untuk melahirkan suatu akibat hukum. Lebih tegas lagi tujuan akad adalah maksud bersama yang dituju dan yang hendak diwujudkan oleh para pihak melalui pembuatan akad. Akibat hukum akad dalam hukum Islam disebut “hukum akad” (*hukm al-aqd*). Tujuan akad untuk akad bernama sudah ditentukan secara umum oleh pembuat hukum Syariah, sementara tujuan akad untuk akad tidak bernama ditentukan oleh para pihak sendiri sesuai dengan maksud mereka menutup akad. Tujuan akad bernama dapat dikategorikan menjadi lima, yaitu:

1. Pemindahan milik dengan imbalan ataupun tanpa imbalan (*at-tamlik*)
2. Melakukan pekerjaan (*al-amal*)
3. Melakukan persekutuan (*al-isytirak*)
4. Melakukan pendelegasian (*at-tafwidh*)
5. Melakukan penjaminan (*at-tautsiq*)

Sedangkan dalam sistem ekonomi yang berparadigma islam, transaksi senantiasa harus dilandasi oleh aturan hukum-hukum islam (syari’ah), karena transaksi adalah manifestasi amal manusia yang mempunyai nilai ibadah dihadapan Allah SWT, sehingga dalam ekonomi islam transaksi dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:²³

- a. Transaksi yang halal
- b. Transaksi yang haram

Transaksi halal adalah semua transaksi yang diperbolehkan oleh syari’at islam, sedangkan transaksi yang haram adalah kebalikannya yaitu dilarang oleh

²²*Ibid*

²³Rachmat, Syafei, *Fikih Muamalah*, (Bandung, Pusaka Setia, 2000) h. 76

syari'at islam. Halal dan haramnya suatu transaksi tergantung beberapa kriteria berikut, yaitu:

- a) Objek yang dijadikan transaksi
- b) Cara bertransaksi

Akad berasal dari lafal Arab al-'aqd yang berarti perikatan, perjanjian atau pemufakatan (al-ittifaq). Jadi akad adalah suatu perikatan, perjanjian yang ditandai dengan adanya pernyataan melakukan ikatan (ijab) dan pernyataan menerima ikatan (qabul) sesuai dengan syari'at islam yang mempengaruhi objek yang diikat oleh pelaku perikatan.

Suatu akad akan sah secara syariah apabila memenuhi rukun akad itu sendiri. Jumhur Ulama Fiqih menyatakan bahwa rukun akad terdiri atas :²⁴

- a. Pernyataan untuk mengikatkan diri (sighat al-'aqd)
- b. Pihak yang berakad (al-muta'qidain)
- c. Objek akad (al-ma'qud'alaih)

Apabila salah satu dari rukun tersebut ditinggalkan, maka akad akan menjadi tidak sah secara syari'at islam.

Beberapa rukun akad dalam Islam sangat bertujuan untuk menjaga kemaslahatan di antara manusia. Perpindahan kepemilikan diharuskan melalui jalur empat rukun dengan alasan untuk menjaga hak manusia dari penipuan, kecurangan, dan ketidakadilan, yaitu:

- 1) Subjek perikatan (al-aqidayn)
- 2) Objek perikatan (mahallul aqd)
- 3) Bentuk kesepakatan perikatan – ijab & qabul (sighah al-aqd)
- 4) Tujuan perikatan (mawdhu'ul aqd)

2. Prinsip Dasar Transaksi Syariah

Semua bentuk muamalah (transaksi) boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Kebebasan membuat kontrak berdasarkan kesepakatan bersama (*tijaratan'an taradhiminkum*) dan kewajiban memenuhi akad.

²⁴Atang Abd Hakim, *Fiqih Perbankan Syariah*, (PT Refika Aditama: Bandung, 2011), h.132

Adapun prinsip-prinsip dasar dalam transaksi syariah adalah sebagai berikut²⁵ :

- a. Adanya kebebasan membuat kontrak berdasarkan kesepakatan bersama dan kewajiban memenuhi akad (*'aqd*).
- b. Adanya pelarangan dan penghindaran terhadap *riba* (bunga), *maysir* (judi) dan *gharar* (ketidakjelasan).
- c. Adanya etika (akhlak) dalam melakukan transaksi.
- d. Dokumentasi (perjanjian/akad tertulis) dalam transaksi

3. Transaksi Yang Sesuai Syariah

Transaksi syariah berlandaskan pada paradigma bahwa alam semesta diciptakan oleh tuhan sebagai amanah (kepercayaan ilahi) dan sarana kebahagiaan hidup bagi seluruh umat manusia untuk mencapai kesejahteraan hakiki secara material dan spiritual. Paradigma dasar ini menekankan bahwa setiap aktifitas umat manusia memiliki akuntabilitas dan nilai *ilahiah* yang menempatkan perangkat syariah dan akhlak sebagai parameter baik dan buruk, benar dan salahnya usaha.

Syariah merupakan ketentuan hukum islam yang mengatur aktifitas umat manusia yang berisi perintah dan larangan, baik yang menyangkut hubungan interaksi vertical dengan tuhan maupun interaksi horizontal dengan sesama makhluk. Prinsip syariah yang berlaku umum dalam kegiatan muamalah mengikat secara hukum bagi semua pelaku dan pemangku kepentingan entitas yang melakukan transaksi syariah.

4. Tujuan Akad Untuk Kemaslahatan

Kepercayaan konsumen mendapatkan perhatian yang cukup besar dari para pelaku bisnis. Itulah sebabnya mengapa mayoritas pelaku bisnis melakukan segala macam upaya untuk bisa membangun kepercayaan, agar bisa membangun

²⁵Adiwarman Aswar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta, Gema Insani, 2001), h. 52

kepercayaan, agar bisa menjadi magnet yang bisa menjaring konsumen. Mereka berusaha melakukan berbagai macam strategi, agar konsumen mendatangi mereka dan melakukan suatu transaksi bisnis, baik dalam skala kecil maupun skala yang besar.

Transaksi atau *aqd* dalam *fiqh al-muamalat* adalah keterkaitan atau pertemuan ijab dan kabul yang berakibat timbulnya akibat hukum. Ijab adalah penawaran yang diajukan oleh salah satu pihak. Kabul adalah jawaban persetujuan yang diberikan mitra akad sebagai tanggapan terhadap penawaran pihak yang pertama. Akad juga merupakan tindakan hukum dua pihak, karena akad pertemuan ijab yang merepresentasikan kehendak dari satu pihak, dan kabul yang menyatakan kehendak pihak yang lainnya. Adapun tujuan akad adalah untuk melahirkan suatu akibat hukum, atau lebih tegas lagi tujuan akad adalah maksud bersama yang akan dituju dan hendak diwujudkan oleh para pihak melalui pembuatan akad.

C. Transaksi Jual-Beli Dalam Perdagangan

a. Pengertian Jual Beli

Perkataan *al-bai'* (jual beli) dari aspek bahasa bermaksud menukar suatu barang dengan barang lainnya. Dari sudut istilah syarak pula, *al-bai'* mempunyai banyak pengertian yang diberikan para ulama. Secara etimologi *bai'* berarti tukar menukar (barter) secara mutlak. Sedangkan secara terminologis, dalam hal ini *fuqaha* berbeda pendapat namun yang dipilih adalah tukar menukar (barter) harta dengan harta, atau manfaat (jasa) yang mubah meskipun dalam tanggungan.

Jual beli bisa diklasifikasikan menjadi jual beli yang benar (*shahih*), jual beli yang batil (*bathil*) dan jual beli yang rusak (*fasid*). Secara umum, jual beli *shahih* dimaknai dengan jual beli yang telah memenuhi syarat dan rukun akad.

Akad berasal dari lafal Arab al-'*aqd* yang berarti perikatan, perjanjian atau pemufakatan (al-ittifaq). Jadi akad adalah suatu perikatan, perjanjian yang ditandai dengan adanya pernyataan melakukan ikatan (ijab) dan pernyataan

menerima ikatan (qabul) sesuai dengan syari'at islam yang mempengaruhi objek yang diikat oleh pelaku perikatan. Ada dua bentuk akad, yaitu:

1. Akad dengan kata-kata, dinamakan juga dengan ijab kabul. Ijab yaitu kata-kata yang diucapkan terlebih dahulu. Kabul yaitu kata-kata yang diucapkan kemudian
2. Akad dengan perbuatan, dinamakan juga dengan *mu'athah*.²⁶

b. Rukun Jual Beli

Rukun Pertama, yaitu para pihak, dengan dua syarat terbentuknya, yaitu tamyiz dan berbilang pihak, tidak memerlukan sifat penyempurna. Rukun kedua, yaitu pernyataan kehendak. dengan kedua Syaratnya, juga tidak memerlukan sifat penyempurna. Namun menurut jumhur ahli hukum Islam syarat kedua dari rukun kedua ini memerlukan penyempurna, yaitu persetujuan ijab dan kabul itu harus dicapai secara bebas tanpa paksaan. Bilamana terjadi dengan paksaan, maka akadnya fasid. Akan tetapi. ahli hukum Hanafi, Zufar (w 158/775), berpendapat bahwa bebas dari paksaan bukan syarat keabsahan, melainkan adalah syarat berlakunya akibat hukum. Artinya, menurut Zufar, akad yang dibuat dengan paksaan adalah sah, hanya saja akibat hukumnya belum dapat dilaksanakan (masih tergantung, maukuf), menunggu ratifikasi dari pihak yang dipaksa apabila paksaan tersebut telah berlalu. Tulisan ini mengikuti pendapat Zufar, dan pendapat ini pula yang diikuti oleh banyak KUH Perdata yang bersumber Syariah.

Rukun ketiga, yaitu objek akad, dengan ketiga syaratnya memerlukan sifat-sifat sebagai unsur penyempurna. Syarat "dapat diserahkan" memerlukan unsur penyempurna, yaitu bahwa penyerahan ini tidak menimbulkan kerugian (*dharar*) dan apabila menimbulkan kerugian, maka akadnya fasid. Syarat "objek harus tertentu" memerlukan kualifikasi penyempurna, yaitu tidak boleh mengandung *gharar*, dan apabila mengandung unsur gharar akadnya menjadi fasid. Begitu pula syarat "objek harus dapat ditransaksikan" memerlukan unsur

²⁶Yusuf Alsubaily, *Fiqh Perbankan Syariah: Pengantar Fiqh Muamalah dan Aplikasinya dalam Ekonomi Modern, Alih Bahasa: Erwandi Tarmizi*, (TTP: Darul Ilmi, t.th.), hlm. 6.

penyempurna, yaitu harus bebas dari syarat fasid dan bagi akad atas beban harus bebas dari riba.

- Dua pihak yang melakukan transaksi (penjual dan pembeli) mereka inilah dua pihak yang melakukan akad (transaksi) karena transaksi tidak diketahui legalitasnya tanpa keduanya.
- Pihak yang melakukan transaksi ba'i telah balig, berakal sehat, mengerti, dan tidak terkena larangan melakukan transaksi.
- Sesuatu yang ditransaksikan (*ma'qud'alaih*, obyek akad) yaitu harta benda yang dijual *Shighah*.

c. Hukum Jual Beli

Hukum akad dibedakan menjadi dua macam, yaitu (1) hukum pokok akad (*al-hukm al-ashli li al-aqd*); dan (2) hukum tambahan akad (*al-hukm al-tab,,i li al-aqd*). Hukum pokok akad adalah akibat hukum pokok yang timbul dari penutupan akad. Bila tujuan akad dalam akad jual beli, misalnya, adalah melakukan pemindahan milik atas suatu barang dari penjual kepada pembeli dengan suatu imbalan dari pembeli, maka hukum pokok akad jual beli adalah terjadinya perpindahan milik atas barang yang dimaksud. Begitulah seterusnya.²⁷

Hukum pokok akad sama bagi semua akad satu nama, meskipun pihak yang membuatnya berbeda-beda. Hukum pokok akad jual beli yang dibuat oleh A dan B adalah sama dengan hukum pokok akad jual beli yang dibuat oleh C dan D. Hukum pokok akad bernama sudah ditentukan oleh Pembuat Hukum Syarak sehingga tidak berbeda dari satu akad ke akad lain yang senama. Perbedaan hanya terjadi pada akad yang berbeda namanya karena berbeda tujuannya. Dengan kata lain, perbedaan tujuan Sedangkan di dalam akad tidak bernama tujuan itu ditentukan oleh para pihak sendiri sesuai dengan kesepakatan kehendak mereka untuk melahirkan akibat hukum pokok yang mereka inginkan dan hukum pokok akad yang hendak diwujudkan itulah yang membedakan akad bernama yang satu dengan akad bernama yang lain.

Al-Qur'an Surah Al-Baqarah: 275

²⁷*Ibid*

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 ٢٧٥

Artinya: “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 kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”²⁸

Al-Baqarah: 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمِن الضَّالِّينَ ١٩٨

Artinya: “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari ‘Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy’arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.”²⁹

QS. an-Nisaa’/4: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنِ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

²⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahan; Al-Baqarah 275*, (Jakarta: CV Pustaka Agung Harapan, 2006)

²⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahan; Al-Baqarah 198*, (Jakarta: CV Pustaka Agung Harapan, 2006)

Artinya: “*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.*”

Sedangkan dalil dari *as-sunnah* yaitu:

Adapun dalil Sunah di antaranya adalah Hadis yang diriwayatkan dari Rasulullah SAW, beliau bersabda: “*Sesungguhnya jual beli itu atas dasar saling ridha.*” Ketika ditanya usaha apa yang paling utama, beliau menjawab: “*Usaha seseorang dengan tangannya sendiri, dan setiap jual beli yang mabrur*”. Jual beli yang mabrur adalah setiap jual beli yang tidak ada dusta dan khianat, sedangkan dusta adalah penyamaran dalam barang yang dijual, dan penyamaran itu adalah menyembunyikan aib barang dari penglihatan pembeli. Adapun makna khianat itu lebih umum dari itu, sebab selain menyamarkan bentuk barang yang dijual, sifat, atau hal-hal luar seperti dia menyifatkan dengan sifat yang tidak benar atau memberitahu harta yang dusta.³⁰

“*Rasulullah SAW bersabda: “dua orang yang melakukan jual beli boleh memilih selama belum berpisah.” (Riwayat Al-Bukhari).*”³¹

Dalil Ijma’

Adapun dalil ijma’ adalah bahwa ulama sepakat tentang halalnya jual beli dan haramnya riba, berdasarkan ayat dan Hadis tersebut.

d. Syarat Sahnya Jual Beli

Suatu jual beli tidak sah bila tidak terpenuhi dalam suatu akad tujuh syarat, yaitu:

1. Saling rela antara kedua belah pihak. Kerelaan antara kedua belah pihak untuk melakukan transaksi syarat mutlak keabsahannya, berdasarkan firman Allah dalam QS. *an-Nisaa*’/4: 29, dan Hadis Nabi

³⁰Zakaria al-Anshari dan Hasyiah Ibn Abidin, *Hadits Shahih Bukhari Muslim*, (Beirut: Dar el-fikr, t.th.), hlm 2-4

³¹Muhammad Fuad Abdul Baqi, *Sahih Bukhari Muslim; HR Bukhari, 34 Kitabul Buyu: 45* (Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia, 2018), h. 670

Riwayat Ibnu Majah: *“Jual beli haruslah atas dasar kerelaan (suka sama suka).”*

2. Pelaku akad adalah orang yang dibolehkan melakukan akad, yaitu orang yang telah balig, berakal, dan mengerti. Maka, akad yang dilakukan oleh anak di bawah umur, orang gila, atau idiot tidak sah kecuali dengan seizing walinya, kecuali akad yang bernilai rendah seperti membeli kembang gula, korek api dan lain-lain. Hal ini berdasarkan kepada firman Allah QS. *an-Nisaa*’/4: 5 dan 6.
3. Harta yang menjadi objek transaksi telah dimiliki sebelumnya oleh kedua pihak. Maka, tidak sah jual beli barang yang belum dimiliki tanpa seizing pemiliknya. Hal ini berdasarkan Hadis Nabi SAW Riwayat Abu Daud dan Tirmidzi, sebagai berikut: *“Janganlah engkau jual barang yang bukan milikmu.”*
4. Objek transaksi adalah barang yang dibolehkan agama. Maka, tidak boleh menjual barang haram seperti khamar (minuman keras) dan lain-lain. Hal ini berdasarkan Hadis Nabi SAW Riwayat Ahmad: *“Sesungguhnya Allah bila mengharamkan suatu barang juga mengharamkan nilai jual barang tersebut.”*
5. Objek transaksi adalah barang yang biasa diserahkan. Maka tidak sah jual mobil hilang, burung di angkasa karena tidak dapat diserahkan. Hal ini berdasarkan Hadis Nabi Riwayat Muslim: *“Dari Abu Hurairah r.a. bahwa Nabi Muhammad SAW melarang jual beli gharar (penipuan).”*
6. Objek jual beli diketahui oleh kedua belah pihak saat akad. Maka tidak sah menjual barang yang tidak jelas. Misalnya, pembeli harus melihat terlebih dahulu barang tersebut atau spesifikasi barang tersebut. Hal ini berdasarkan Hadis Riwayat Muslim tersebut.
7. Harga harus jelas saat transaksi. Maka tidak sah jual beli di mana penjual mengatakan: *“Aku jual mobil ini kepadamu dengan harga yang akan kita disepakati nantinya.”* Hal ini berdasarkan Hadis Riwayat Muslim tersebut.

Fuqaha berbeda pendapat namun secara singkat dapat diklasifikasikan menjadi 2:

- 1) Syarat yang berkaitan dengan *ma'uqud'alaih* (komoditi yang ditransaksikan)
- 2) Syarat yang berkenaan dengan *muta'qidain* (dua pihak yang melakukan transaksi)

e. Macam-Macam Jual Beli

- a) Jual beli ditinjau dari aspek pelaku akad (subjek) dibedakan menjadi 3 yaitu:
 1. Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan seperti yang dilakukan oleh kebanyakan orang. Namun bagi yang bisu, dapat diganti dengan isyarat yang merupakan ungkapan dalam hatinya sebagaimana ucapan bagi orang yang dapat berbicara.
 2. Akad jual beli melalui perantara atau tulisan. Dinyatakan sah hukumnya, hal ini sama dengan akad jual beli yang dilakukan secara lisan apabila kedua belah pihak tidak saling bertemu.
 3. Jual beli dengan perbuatan atau dikenal dengan istilah *mu'athah*, yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa ijab qabul karena sudah tercantum label harga pada objek, sehingga dapat dibayarkan harga barang tersebut.
- b) Jual beli ditinjau dari sisi objek akad, dibedakan menjadi 4 macam yaitu:
 1. *Bai al-muthlaq*, yaitu jual beli antara barang dengan uang seperti yang digunakan saat ini.
 2. *Bai al-muqayyadah*, yaitu jual beli barang dengan barang (barter) misalnya tukar menukar tas dengan sepatu.
 3. *Bai al-sharf*, yaitu jual beli mata uang dengan mata uang lainnya. Seperti tukar menukar rupiah dengan real.
 4. *Bai as-salam*, yaitu jual beli pesanan antara barang dengan harga/uang, dikarenakan barang tidak ada pada saat akad dan baru akan dikemudian hari maka dalam hal ini barang yang tidak lagi

dinilai sebagai *ain* melainkan sebagai *dain* (tanggungan) sedangkan uang yang dibayarkan sebagai *tsaman* (harga jual) berlaku sebagai *ain*.

- c) Jual beli ditinjau dari harga jual (*tsaman*) yang dikenakan kepada pembeli, dibagi menjadi 4 yaitu:
1. Jual beli *Murabahah* yaitu jual beli dengan cara menarik keuntungan tertentu dari harga beli barang semula, dimana pihak pembeli mengetahui besaran keuntungan yang diambil oleh pihak penjual.
 2. Jual beli *Tauliyah* yaitu jual beli dengan tidak menarik keuntungan tertentu dari harga beli barang semula, dimana pihak pembeli mengetahui besar modal pembelian barang tersebut.
 3. Jual beli *Al-wadi'ah* yaitu jual beli dengan harga jual lebih rendah dari harga barang semula, dimana pihak pembeli mengetahui besar modal pembelian barang tersebut.
 4. Jual beli *Al-musawamah* yaitu jual beli dengan harga jual sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak, dimana pihak penjual biasanya menyembunyikan besar modal pembelian barang tersebut.

Aktifitas jual beli dapat menimbulkan berbagai macam kriteria yang kemudian membaginya kedalam berbagai aspek seperti ditinjau dari subjek akad, objek akad, harga jual, dan juga ditinjau dari hukum jual beli itu sendiri.

f. Unsur Kelalaian Dalam Jual Beli

Dalam jual beli bisa saja terjadi kelalaian, baik dari pihak penjual maupun dari pihak pembeli, baik pada saat terjadi akad, maupun sesudahnya. Untuk setiap kelalaian ada resiko yang harus dijamin oleh pihak yang lalai, menurut ulama fiqh, bentuk kelalaian dalam jual beli, diantaranya:

- 1) Barang yang dijual itu, bukan milik penjual (barang titipan, jaminan hutang ditangan penjual, barang curian).

- 2) Sesuai perjanjian, barang tersebut harus diserahkan kerumah pembeli pada waktu tertentu, tetapi ternyata barang tidak diantarkan dan tidak tepat waktu.
- 3) Barang tersebut rusak sebelum sampai ke tangan pembeli.
- 4) Barang tersebut tidak sesuai dengan contoh yang telah disepakati.

Dalam kasus seperti ini, risikonya adalah ganti rugi dari pihak yang lalai. Apabila barang tersebut bukan milik penjual, maka ia harus membayar ganti rugi sebanyak harga yang telah diterimanya. Apabila kelalaian berkaitan dengan keterlambatan dalam pengiriman barang dan tidak sesuai dengan perjanjian dan ada unsur kesengajaan, pihak penjual harus menanggung resiko ganti rugi. Demikian juga, apabila barang itu rusak (sengaja atau tidak) atau tidak sesuai dengan contoh maka harus ganti rugi. Ganti rugi tersebut disebut jaminan atau tanggungan. Jaminan tersebut adakalanya berbentuk barang dan adakalanya berbentuk uang sesuai dengan kesepakatan diawal. Jaminan dipandang penting dalam jual beli, agar tidak terjadi perselisihan terhadap akad yang telah disepakati kedua belah pihak. Apalagi sekiranya perselisihan itu sampai ke pengadilan.

g. Saksi dalam Jual Beli

Jual beli dianjurkan di hadapan saksi, berdasarkan firman Allah QS. *al-Baqarah/2: 282*: “*Dan persaksikanlah apabila kalian jual beli.*”

Demikian ini karena jual beli yang dilakukan di hadapan saksi dapat menghindarkan terjadinya perselisihan dan menjauhkan diri dari sikap saling menyangkal. Oleh karena itu, lebih baik dilakukan, khususnya bila barang dagangan itu nilainya sedikit, maka tidak dianjurkan mempersaksikannya. Ini adalah pendapat Imam Syafi’I, Hanafiyah, Ishak, dan Ayyub.

Adapun menurut Ibnu Qudamah, bahwa mendatangkan saksi dalam jual beli adalah kewajiban yang tidak boleh ditinggalkan. Pendapat ini diriwayatkan dari Ibnu Abbas, dan diikuti oleh Atha dan Jabir.³²

h. Khiyar dalam Jual Beli

Dalam jual beli berlaku *khiyar*. *Khiyar* menurut Pasal 20 ayat 8 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yaitu hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukan.

Khiyar terbagi kepada tiga macam, yaitu: *khiyar majlis*, *khiyar syarat*, dan *khiyar 'aib*. *Khiyar majlis* yaitu tempat transaksi, dengan demikian *khiyar majlis* berarti hak pelaku transaksi untuk meneruskan atau membatalkan akad selagi mereka berada dalam tempat transaksi dan belum berpisah. *Khiyar syarat* yaitu: kedua pihak atau salah satunya berhak memberikan persyaratan *khiyar* dalam waktu tertentu. dan *khiyar 'aib* yaitu hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan akad dikarenakan terdapat cacat pada barang yang mengurangi harganya.

Selain itu, tiga kategori *khiyar* tersebut, Prof. Dr. Muhammad Tahir Mansoori membagi *khiyar* kepada empat macam, tambahannya adalah *khiyar al-ghabn* (hak untuk membatalkan kontrak karena penipuan).

i. Bentuk-Bentuk Jual Beli

Dari berbagai tinjauan, *ba'i* dapat dibagi menjadi beberapa bentuk. Berikut ini bentuk-bentuk *ba'i*:

- 1) Ditinjau dari sisi objek akad *ba'i* yang menjadi:
 - a. Tukar-menukar uang dengan barang. Ini bentuk *ba'i* berdasarkan konotasinya. Misalnya: tukar-menukar mobil dengan rupiah.
 - b. Tukar-menukar barang dengan barang, disebut juga dengan *muqayadhah* (barter). Misalnya tukar-menukar buku dengan jam.

³²Ibnu Qudamah, Al-Mughni, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, (Beirut: Dar el Fikr, t.th.), Juz VI, hlm. 381.

- c. Tukar-menukar uang dengan uang, disebut dengan *sharf*.
Misalnya: tukar-menukar rupiah dengan real.
- 2) Ditinjau dari sisi waktu serah terima, *ba'i* dibagi menjadi empat bentuk:
- a. Barang dan uang serah terima dengan tunai. Ini bentuk asal *ba'i*.
 - b. Uang dibayar di muka dan barang menyusul pada waktu yang disepakati, ini dinamakan *salam*.
 - c. Barang diterima di muka dan uang menyusul, disebut dengan *ba'i ajal* (jual beli tidak tunai). Misalnya jual beli kredit.
 - d. Barang dan uang tidak tunai, disebut *ba'i dain bi dain* (jual beli utang dengan utang).
- 3) Ditinjau dari cara menetapkan harga, *ba'i* dibagi menjadi:
- a. *Ba'i Musawamah* (jual beli dengan cara tawar-menawar), yaitu jual beli di mana pihak penjual tidak menyebutkan harga pokok barang, akan tetapi menetapkan harga tertentu dan membuka peluang untuk ditawar. Ini bentuk asal *ba'i*.
 - b. *Ba'i Amanah*, yaitu jual beli di mana pihak penjual menyebutkan harga pokok barang lalu menyebutkan harga jual barang tersebut.

j. Persyaratan Dalam Jual Beli

Berbeda antara syarat jual beli dan persyaratan jual beli. Syarat sah jual beli itu ditentukan oleh agama, sedangkan memberikan persyaratan dalam jual beli ditetapkan oleh salah satu pihak pelaku transaksi. Bila syarat sah jual beli dilanggar, maka akad yang dilakukan tidak sah, namun bilamana persyaratan dalam jual beli yang dilanggar, maka akadnya tetap sah hanya saja pihak yang memberikan persyaratan berhak *khiyar* untuk melanjutkan atau membatalkan akad.

Hukum asal memberikan persyaratan dalam jual beli adalah sah dan mengikat, maka dibolehkan bagi kedua belah pihak menambahkan persyaratan dari akad awal. Hal ini berdasarkan kepada firman Allah: "*Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad itu.*" (QS. *al-Maidah*/5: 1). Dan Hadis Rasulullah

SAW: “Diriwayatkan dari Amru bin Auf bahwa Rasulullah SAW bersabda, “orang Islam itu terikat dengan persyaratan (yang mereka buat) selagi syarat itu tidak mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram.” (HR. Tirmidzi)

Melihat Hadis di atas, maka persyaratan dalam jual beli terbagi kepada dua, yaitu:

- 1) Persyaratan yang di benarkan agama.
- 2) Persyaratan yang dilarang agama.

Adapun persyaratan yang dibenarkan agama, misalnya:

1. Persyaratan yang sesuai dengan tuntutan akad. Misalnya: seseorang membeli mobil dan mempersyaratkan kepada penjual agar menanggung cacatnya. Jaminan barang bebas dari cacat sudah menjadi kewajiban penjual baik diisyaratkan oleh pembeli maupun tidak, akan tetapi persyaratan di sini bisa bertujuan sebagai penekanan.
2. Persyaratan *tausiqiyah*, yaitu penjual mensyaratkan pembeli mengajukan *dhamin* (penjamin/ *quarantor*) atau barang agunan. Biasanya untuk jual beli ini tidak tunai (kredit). Dan bilamana pembeli terlambat memenuhi angsuran, maka penjual berhak menuntut penjamin untuk membayar atau berhak menjual barang agunan serta menutupi angsuran dari hasil penjualan barang tersebut.
3. Persyaratan *wasfiyah*, yaitu pembeli mengajukan persyaratan kriteria tertentu pada barang atau cara tertentu pada pembayaran. Misalnya, pembeli mensyaratkan warna mobil yang diinginkannya hijau atau pembayaran tidak tunai.
4. Persyaratan manfaat pada barang. Misalnya, penjual mobil mensyaratkan memakai mobil tersebut selama satu minggu sejak akad, atau pembeli kain mensyaratkan penjual untuk menjahitnya.
5. Persyaratan *taqyidiyyah*, yaitu salah satu pihak mensyaratkan hal yang bertentangan dengan kewenangan kepemilikan. Misalnya, penjual tanah mensyaratkan pembeli untuk tidak menjualnya ke

orang lain karena tanah tersebut bersebelahan dengan rumahnya dan ia tidak ingin mendapatkan tetangga yang kurang baik.

6. Persyaratan akad fi akad, yaitu menggabungkan dua akad dalam satu akad. Persyaratan ini dibolehkan selama salah satu akadnya bukan akad *qardh*.
7. Syarat *jaza'i* (persyaratan denda/ kausul penalty), yaitu persyaratan yang terdapat dalam suatu akad tidak terpenuhi. Persyaratan ini dibolehkan jika objek-objek akadnya adalah kerja dan bukan harta.
8. Syarat *taqliyyah*. Misalnya, penjual berkata: “saya jual mobil ini kepadamu dengan harga Rp 50.000.000,- jika orangtuaku setuju. Lalu pembeli berkata, “Saya terima”. Dan jika orangtuanya setuju maka akad menjadi sah.

Adapun persyaratan yang dilarang agama, misalnya:

1. Persyaratan yang menggabungkan akad *qardh* dengan *ba'i*.
2. Persyaratan yang bertentangan dengan tujuan akad.

Karakteristik Nabi SAW sebagai pedagang adalah selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat *shiddiq*, *fathanah*, *amanah*, dan *tabligh*. Ciri-ciri itu masih ditambah Istiqamah, yaitu:

- 1) *Shiddiq*, berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam. *Istiqamah* atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan.
- 2) *Fathanah*, berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya.
- 3) *Amanah*, berarti tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (kebajikan) dalam segala hal.

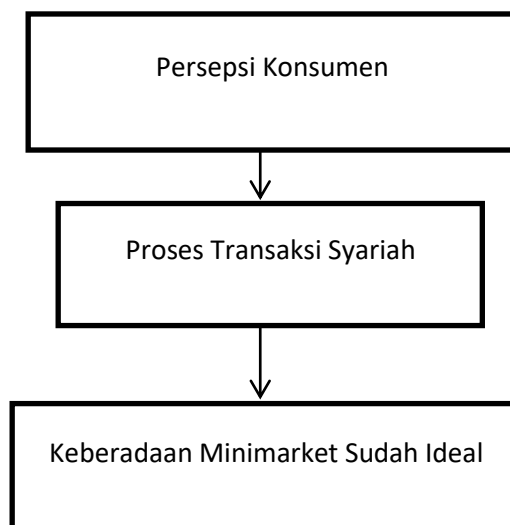
- 4) *Tabligh*, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

D. Kerangka Teoritis

212 Mart dalam upaya menarik konsumen tidak terlepas dari adanya persaingan, baik itu kualitas produk/ jasa yang ditawarkan maupun dalam penerapan strategi pemasaran yang tepat untuk mengungguli pesaingnya. Karena usaha yang mampu bertahan dimasa sekarang atau mendatang adalah usaha yang mampu memberikan kepuasan kepada pembeli atau konsumen dengan proses transaksi yang baik. Kerangka pikir disini menggambarkan hubungan antara persepsi konsumen atas proses transaksi syariah yang dijalankan oleh 212 Mart.

Adapun kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam table di bawah ini:

Gambar 2.2
Kerangka Teoritis



E. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu akan diuraikan secara ringkas karena penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya. Meskipun ruang lingkup hampir sama, tetapi karena, objek, periode waktu yang digunakan maka terdapat banyak hal yang tidak sama, sehingga dapat dijadikan referensi untuk saling melengkapi. Berikut ringkasan beberapa penelitian yang menjadi landasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jurnal oleh Eka Mariyanti, Puti Embun Sari, Siska Lusya Putri dengan judul “Persepsi Konsumen Terhadap Minat Berkunjung Pada Hotel Syariah Di Kota Padang” Saat ini perkembangan hotel berbintang maupun tidak berbintang termasuk juga Hotel Syariah di kota padang terus bertambah jumlahnya, untuk itu pengelola hotel harus melengkapi hotelnya dengan sarana dan prasarana yang sesuai dengan keinginan tamu hotel.³³
2. Jurnal oleh Djohar Arifin dengan judul “*Substansi akad dalam transaksi syariah*” dengan membahas akad jual beli secara syariah dan membahas transaksi syariah. Dalam setiap transaksi syariah, seperti transaksi jual-beli atau sejenisnya dan mu’amalah yang lain, baik antara orang perorangan atau lebih, perorangan dengan lembaga atau antar lembaga, sudah barang tentu harus ada jalinan ikatan (akad) yang jelas diantara mereka, dalam hal apa mereka bertransaksi dan bagaimana perikatan yang dibangun antara para pihak untuk dapat mewujudkan obyek yang berkaitan dengan perikatan tersebut.³⁴
3. Penelitian oleh Setiawan pada tahun 2016, melakukan penelitian tentang Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis

³³Eka Mariyanti et al. “*Persepsi Konsumen Terhadap Minat Berkunjung Pada Hotel Syariah di Kota Padang*” Vol. IV No. 1, Tahun 2018, hlm. 9

³⁴Djohar Arifin et al. “*Substansi akad dalam transaksi syariah*” dalam “*Jurnal Perbankan Syariah*” Vol.6 No.1, Tahun 2014, hlm. 17

proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras organik dan faktor-faktor dominan yang mempengaruhi pembelian beras organik oleh konsumen. Analisis yang digunakan adalah analisis secara deskriptif dan statistik dengan uji validitas, reliabilitas, dan analisis komponen utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian beras organik oleh konsumen melalui semua tahap, yaitu tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian. Tiga komponen dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian beras organik yaitu komponen kebiasaan, komponen daya tarik, dan komponen aroma.³⁵

Yang membedakan penelitian diatas dengan penelitian yang penulis lakukan adalah selain objek yang berbeda yaitu dilakukan oleh penulis adalah di 212 mart sedangkan penelitian diatas beras organik di kabupaten pringsewu. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama membahas tentang Perilaku Konsumen dan di dalamnya juga membahas faktor-faktornya.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni dengan judul "*Sistem Jual Beli Pesanan Pada Shopie Marthin Kota Langsa Ditinjau Menurut Hukum Islam*" dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian adalah jual beli yang dijalankan oleh sophie marthin kota langsa sesuai dengan hukum Islam, karena bila dilihat dari konsep dasar muamalah bahwa selain rukun dan syarat harus terpenuhi, harus adanya kerelaan kedua belah pihak dalam membuat perjanjian (akad).³⁶

Yang membedakan penelitian diatas dengan penelitian yang penulis lakukan adalah selain objek yang berbeda yaitu yang dilakukan oleh

³⁵Arif Setiawan, *Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu*, Skripsi Universitas Lampung, 2016, hlm. ii

³⁶Sri Wahyuni, *Sistem Jual Beli Pesanan Pada Shopie Marthin Kota Langsa Ditinjau Menurut Hukum Islam*, Skripsi IAIN Langsa, hlm ii

penulis berada di 212 Mart Medan sedangkan dalam penelitian terdahulu di kota Pandanaran dan kota Langsa. Selain berbeda objek juga berbeda subjek perbedaan yang lain adalah dalam penulisan ini mengkaji mengenai sistem proses transaksi di 212 Mart.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Aslianur dengan judul *“Pemahaman dan penerapan akad dalam transaksi jual beli di pasar tradisional (Studi Terhadap Pedagang Pakaian di Pusat Perbelanjaan Mentaya Kota Sampit)”* dengan menggunakan metode kualitatif, hasil dari penelitian adalah jual beli pedagang pakaian di kota sampit sesuai dengan akad jual beli.³⁷

Yang membedakan penelitian diatas dengan penelitian yang penulis lakukan adalah selain objek yang berbeda yaitu yang dilakukan oleh penulis berada di 212 Mart Medan sedangkan dalam penelitian terdahulu di kota Sampit. Selain berbeda objek juga berbeda subjek perbedaan yang lain adalah dalam penulisan ini mengkaji mengenai sistem proses transaksi di 212 Mart. Persamaannya sama-sama membahas tentang transaksi jual beli secara islam.

³⁷Muhammad Aslianur, Pemahaman dan penerapan akad dalam transaksi jual beli di pasar tradisional (Studi Terhadap Pedagang Pakaian di Pusat Perbelanjaan Mentaya Kota Sampit), Skripsi IAIN Palangkaraya, 2016, hlm. v

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan penelitian ini, penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*).³⁸ Penelitian kualitatif dimulai dengan adanya suatu masalah yang biasanya spesifik dan diteliti secara khusus sebagai suatu kasus yang akan diangkat kepermukaan tanpa adanya maksud untuk generalisasi. Proses penelitian kualitatif mempunyai suatu periode yang dilakukan berulang-ulang, sehingga keadaan yang sesungguhnya dapat diungkap secara cermat, dan lengkap. Proses tersebut dimulai dengan survey pendahuluan untuk mendeteksi situasi lapangan dan karakteristik subjek yang akan menjadi objek penelitian.³⁹

Ciri-ciri penelitian kualitatif:

1. Bersifat eksploratif,
2. Teori lahir dan dikembangkan di lapangan,
3. Proses berulang-ulang,
4. Pembahasan lebih bersifat kasus dan spesifik,
5. Mengandalkan kecermatan dalam pengumpulan data untuk mengungkapkan secara tepat keadaan yang sesungguhnya di lapangan.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif ialah penelitian yang dimulai dengan adanya suatu masalah yang kemudian masalah tersebut diangkat kepermukaan untuk diungkap secara lengkap tanpa adanya maksud generalisasi yang dilakukan pada kondisi yang alamiah serta dilakukan secara berulang-ulang.

³⁸Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.14

³⁹Effi Aswita Lubis, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Medan: Unimed Perss, 2012), h.129

B. Lokasi & Waktu Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini adalah 212 Mart di Jalan Ar. Hakim Medan Area. Karena Minimarket ini merupakan salah satu minimarket syariah pertama yang di Indonesia dan dikemukakan langsung oleh Ketua MUI di Jakarta. Maka dari itu diharapkan dapat memberikan data-data yang lebih valid tentang “Persepsi Konsumen Tentang Proses Transaksi Syariah di 212 Mart Ar. Hakim Medan Area.” Penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2018 sampai dengan selesai.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga organisasi. Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian. Subjek dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai narasumber untuk memperoleh informasi untuk mengumpulkan data dari lapangan adalah pengusaha dan konsumen di 212 Mart Ar. Hakim Medan Area

Sedangkan objek penelitian adalah yang menjadi pokok perhatian dari suatu penelitian. Objek penelitian merupakan kunci utama yang berfungsi sebagai topik yang ingin diketahui dan diteliti oleh peneliti. Objek penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Persepsi Konsumen tentang proses transaksi syariah di 212 Mart Ar. Hakim Medan Area.

D. Pengumpulan Data

1. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Data primer adalah data yang diperoleh berdasarkan wawancara langsung kepada konsumen 212 Mart Ar-Hakim dengan mengajukan kuesioner. Pengisian kuesioner dilakukan secara rinci, yaitu dijelaskan tentang tata cara pengisian

kuesioner terlebih dahulu oleh peneliti. Data primer yang diambil adalah persepsi konsumen tentang proses transaksi syariah, proses transaksi sudah sesuai dengan akad jual beli syariah dan keberadaan 212 mart mempengaruhi persepsi konsumen terhadap proses transaksi syariah yang ideal.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer ataupun oleh pihak lain. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari mengutip buku atau literatur-literatur lain,

2. Metode Pengumpulan Data

Guna untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan ada beberapa cara, antara lain:

a) Kuisisioner adalah perangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden secara tertulis pula. Kuisisioner ini berisi tentang hal-hal yang berkaitan dengan data pribadi konsumen dan hal-hal yang diketahui oleh konsumen. Jenis kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup yaitu kuisisioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden hanya memilih jawaban yang disediakan.

b) Observasi/Teknik Pengamatan. Teknik pengamatan menuntut adanya pengamatan dari seorang peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan instrument yang berupa pedoman penelitian dalam bentuk lembar pengamatan atau lainnya.⁴⁰ Teknik pengamatan/observasi adalah suatu pengamatan dan pencatatan terhadap gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi dilakukan dengan cara ikut mengambil bagian dalam kehidupan

⁴⁰*Ibid*, h. 150.

informan yang diteliti dan diamati. Tujuan observasi adalah mendeskripsikan keadaan yang terjadi, aktifitas-aktifitas, dan melihat makna aktifitas tersebut dari perspektif informan. Proses observasi ini dilakukan dua tahap. Tahap pertama adalah observasi yang bertujuan untuk memastikan lokasi penelitian, dalam tahap pertama ini saya melakukan observasi ke 212 Mart sebagai tempat lokasi penelitian saya. Tahap kedua adalah observasi yang bertujuan untuk memperoleh data-data terkait dengan pokok-pokok masalah, dalam hal ini saya membuat dokumentasi untuk memperkuat hasil observasi saya. Penelitian secara langsung mengamati secara keseluruhan objek atau situasi yang berkembang di lokasi penelitian. Hal yang menjadi fokus pengamatan adalah proses transaksi yang terjadi di 212 apakah sudah sesuai syariah.

- c) Wawancara yang dimaksud di sini adalah teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang atau beberapa orang pewawancara dengan seorang atau beberapa orang yang diwawancarai.⁴¹ Wawancara untuk mendapatkan data atau informasi yang lebih jelas mendalam, maka dilakukan wawancara secara mendalam dengan kepala 212 Mart Ar.Hakim dan kosnsumennya dengan pedoman wawancara hanya memuat garis besar yang hanya akan ditanyakan. Teknik yang sesuai untuk menggali informasi dari informan dan menjawab pertanyaan penelitian adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Dalam melakukan wawancara peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa panduan wawancara, panduan wawancara digunakan sebagai petunjuk umum atau garis besar pokok-pokok yang ditanyakan dalam wawancara,

⁴¹*Ibid*, h. 151.

dengan pedoman tersebut peneliti memikirkan bagaimana pertanyaan dijabarkan secara kongkrit dalam kalimat tanya, sekaligus menyesuaikan pertanyaan dengan konteks aktual saat wawancara berlangsung.

Wawancara dilakukan terhadap Kepala Cabang 212 Mart Ar.Hakim Medan. Sebelum melakukan wawancara, peneliti terlebih dahulu melakukan observasi dan pendekatan terhadap informan. Hal ini peneliti lakukan agar dapat lebih mudah menyelami dan mendalami karakter dari masing-masing informan, memberikan rasa nyaman terhadap kehadiran peneliti menciptakan suatu percakapan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang duduk berhadapan secara fisik dan diarahkan pada suatu masalah tertentu. Dalam hal ini, peneliti menanyakan beberapa pertanyaan yang sudah terstruktur kepada narasumber yang dianggap kompeten dibidangnya diharapkan dapat memberikan jawaban dan data secara langsung, jujur dan valid. Inti dan metode wawancara ini bahwa setiap penggunaan metode ini selalu muncul beberapa hal, yaitu pewawancara, responden, materi wawancara.⁴² Dalam hal ini yang menjadi narasumber/responden adalah pihak kepala cabang 212 Mart tersebut. Rasa kekeluargaan yang nantinya mempengaruhi pelaksanaan wawancara, informan lebih mudah mengungkapkan jawaban tanpa harus merasa canggung dan tertekan karena sudah ada pendekatan sebelumnya, dengan begitu informasi yang dihasilkan akan sesuai dengan yang di harapkan peneliti.

- d) Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah

⁴²Burhan Bungin, “*Metodologi Penelitian dan Ekonomi*”, (Jakarta: Kencana, 2013), h.133.

penelitian.⁴³ Dokumentasi berupa data tertulis dan publikasi dari 212 Mart tentang gambaran umum usaha, jumlah karyawan serta jumlah rata-rata penjualan setiap hari sebagai data tambahan untuk menyusun data hasil penelitian.

- e) Kepustakaan ini untuk mendapatkan data yang bersifat teoritis, mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pokok pembahasan, dan dilakukan dengan cara membaca berbagai literatur-literatur dan sumber pustaka lainnya, yang berkaitan dengan penelitian.

E. Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Miles dan Hiberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*.

Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari tahap-tahap sebagai berikut:

1. Tahap Reduksi Data

Tahap pertama adalah peneliti menyetik kembali hasil wawancara peneliti dengan informan guna untuk memudahkan mereduksi data, kemudian peneliti mengelompokkan berdasarkan jenis variabel yang diteliti yaitu mengelompokkan data yang masuk pada kategori persepsi sesuai dengan pertanyaan peneliti dengan cara mereduksi data atau membuang data yang tidak penting. Mula-mula peneliti, mendengar secara berulang-ulang hasil wawancara peneliti dengan informan dan kemudian menyetik hasil wawancara tersebut dalam bentuk skrip. Dari hasil reduksi data ini, peneliti berhasil mendeskripsikan hasil wawancara delapan orang informan yang masing-masing mempunyai persepsi yang berbeda antara satu dengan lainnya.

⁴³*Ibid*, h. 152.

2. Tahap *Display*

Tahap kedua adalah data yang sudah dikelompokkan ditentukan temanya dimana tema merupakan keseluruhan informasi tentang fenomena sosial yang disimpulkan peneliti setelah mendalami data di lapangan. Berikutnya tema yang telah ditentukan pada tahap sebelumnya dikaitkan dengan masalah penelitian dan teori yang relevan. Pada tahap ini, peneliti mengambil pembahasan penting yang dapat dijadikan sebagai pijakan untuk mengambil tema, yang tentunya ditinjau dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan.

3. Tahap *Conslusion drawing/verification*

Hasil interpretasi dituangkan dalam hasil penelitian. Tahap terakhir adalah pengecekan keabsahan data. Dari hasil penelitian lapangan dan hasil tinjauan penelitian terdahulu, maka penelitian kemudian mengambil kesimpulan terhadap penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Berdirinya Koperasi Syariah 212 MART

Pasca Aksi Super Damai 212 di Jakarta pada bulan Desember 2016 lalu melahirkan kepedulian umat Islam untuk membangun ekonomi ummat. Setelah itulah bermunculan mini market terutama 212 mart yang diprakasai Koperasi Syariah 212. Pertumbuhan gerai-gerai pasar swalayan di Indonesia saat ini menunjukkan peningkatan yang sangat pesat. Pasar swalayan raksasa dari luar negeri pun tidak lama lagi mulai bermunculan dan diperkirakan mereka mulai masuk ke berbagai kota-kota besar di Indonesia.

Lahirnya Koperasi Syariah 212 didorong karena kondisi lemahnya ekonomi umat Islam di Indonesia. Fenomena ini menggugah para ahli khususnya ahli ekonomi syariah untuk bangkit dan bergerak melawan ketimpangan ekonomi umat yang kondisinya sangat memprihatinkan belakangan ini. Bermula dari Aksi Bela Islam 1,2 dan 3 yang lalu, akhirnya pada tanggal 20 Januari 2017 tercetus ide-ide dari para pakar pegiat ekonomi syariah di Indonesia untuk menyepakati kesepakatan bersama mendirikan koperasi syariah 212 di Sentul Bogor Jawa Barat.

“Dari pengukuhan ini, nantinya umat akan memperoleh izzah (harga diri dan kemuliaan) di Indonesia. Dengan banyaknya jumlah umat Islam yang jadi mayoritas di Indonesia sudah merupakan potensi pasar yang sangat besar, ditambah daya beli umat yang sangat luar bisa di bidang ekonomi,”⁴⁴

Pada tanggal 5 Maret 2017 sebanyak 29 komunitas perwakilan dari daerah Jabodetabek, Jawa Tengah, Madiun, Surabaya, Sumatera dan Kalimantan turut ikut serta mengukuhkan diri sebagai anggota koperasi yang menjadi bagian untuk membangkitkan ekonomi syariah umat Islam di Indonesia.

⁴⁴Wawancara dengan M. Hidayatullah Pengurus Koperasi Syariah 212, pada tanggal 4 Oktober 2018

“Target awal kita, agar Koperasi Syariah 212 dapat masuk menjadi 5 koperasi terbesar di Indonesia. Kalau dalam istilah properti, “kita beli Indonesia” dan target besarnya nanti kita ingin mengelola, memberdayakan dan mengendalikan semua bisnis di Indonesia. Ibarat sebuah bisnis, kita akan punya pabrik yang produksi, distribusi dan alokasi, serta punya pasarnya pun sendiri.”⁴⁵

Koperasi Primer Syariah 212 ini didirikan untuk menopang seluruh kebutuhan umat dan memberdayakan semua potensi umat Islam yang ada di Indonesia. Kegiatannya meliputi pengumpulan dan pengelolaan dana, seperti lembaga keuangan yang menampung simpanan pokok dan simpanan wajib. Juga akan mengembangkan bisnis seperti bisnis properti, Waralaba, mini market, investasi seperti Reksa Dana.

Perkembangan tersebut tidak bisa dilepas dari besarnya potensi pasar Indonesia yang 80% beragama Islam. Maka gagasan tentang perlunya pendirian gerai swalayan syariah merupakan sebuah kebutuhan agar potensi pasar ini tidak melulu dimanfaatkan oleh ”orang asing dan lain-lain”.

Secara normatif, umat islam membutuhkan jaminan ketersediaan produk-produk halal. Di sisi lain, kebutuhan dan perlunya sebuah model gerai swalayan syariah perlu dijawab agar implementasi nilai-nilai syariah dalam distribusi produk dan pelayanan kepada kaum muslimin dapat lebih berkembang.

Orientasi untuk wilayah Indonesia menjadi wilayah yang religius, nampaknya membutuhkan sebuah model minimarket syariah yang dikelola secara profesional dan memberikan manfaat yang luas kepada umat. Pimpinan 212-Mart Cabang AR. Hakim adalah Bapak Bambang Heru Suharto dan beliau menegaskan bahwa untuk produk muslim yang memang kita harus mempunyai produk muslim.

2. Visi & Misi 212-Mart

⁴⁵Wawancara dengan M. Hidayatullah Pengurus Koperasi Syariah 212, pada tanggal 4 Oktober 2018

Visi merupakan gambaran masa depan mengenai kondisi atau mujud yang hendak dicapai dan potensial untuk terwujud. Dalam hal ini visi 212-Mart adalah “Menjadi 5 (lima) besar Koperasi di Indonesia dari sisi jumlah anggota, penghimpun dana tabungan, jaringan, dan kekuatan investasi pada sektor-sektor produktif pilihan pada tahun 2025.”

Sedangkan misi adalah tujuan, sasaran atau sesuatu yang hendak dicapai oleh perusahaan. Misi 212-Mart adalah “Mengoptimalkan segenap potensi ekonomi dan sumber daya umat baik secara daya beli, produksi, distribusi, pemupukan modal serta investasi dalam sektor produktif pilihan yang dijalankan secara berjamaah, amanah, profesional yang mampu mendatangkan kesejahteraan pada tataran individu/keluarga, serta mewujudkan izzah (kemuliaan) pada tataran keumatan.”

3. Analisa Awal 212 Mart

a. Kekuatan

Berdirinya minimarket syariah akan mendapatkan dukungan yang luas, baik dari jajaran pemerintah, swasta maupun umat islam pada umumnya. Adanya dukungan dari masyarakat dan jamaah yang peduli dengan syariah. Adanya pengusaha muslim dan investor yang bersedia mendukung program.

b. Kelemahan

Belum terbentuknya jaringan suolier muslim yang bisa memback. Belum adanya model dan pengalaman.

c. Kesempatan

Menjadi model minimarket syariah yang tersebar diseluruh Indonesia. Menjadi pusat pembelanjaan dan distribusi produk halal terbesar. Pengembangan model waralaba syariah.

4. Aspek Bisnis 212-Mart

a. Aspek Pasar

Berdasarkan jumlah penduduk muslim yang begitu besar menjadi market share yang sangat potensial. Asumsi yang dipakai:

- 1) Warga muslim yang peduli dengan produk halal dan ini disebut sebagai pasar potensial (*potencial market*).
- 2) Warga muslim yang diharapkan langsung memberikan respon positif terhadap atribut bisnis. Ini disebut sebagai pasar yang bisa dijanjikan atau dilayani (*direct market*).
- 3) Warga muslim yang memiliki komitmen syariah tinggi, sangat selektif terhadap produk syariah dan dipastikan menjadi pelanggan tetap. Ini disebut sebagai pasar loyal

b. Aspek Pemesanan

Produk Strategic, yaitu:⁴⁶

- 1) Minimarket syariah ini merupakan produk strategis dan model yang pertama di Indonesia. Pendiriannya didukung oleh pimpinan pengusaha muslim dan momunitas masyarakat ekonomi syariah yang nantinya akan melibatkan dukungan yang lebih jelas.
- 2) Pemberian kartu dhuafa: tingginya angka kemiskinan menjadi perhatian khusus untuk meningkatkan daya beli
- 3) Produk halal: produk yang dipasang benar-benar diseleksi kehalalannya
- 4) Harga kompetitif: harga terjangkau 10% setelah dipotong pajak dan zakat sesuai syariat islam

Mengusulkan rencana lokasi kepada manajemen untuk diberikan penilaian dan persetujuan.

B. Struktur Organisasi Koperasi Syariah 212-Mart

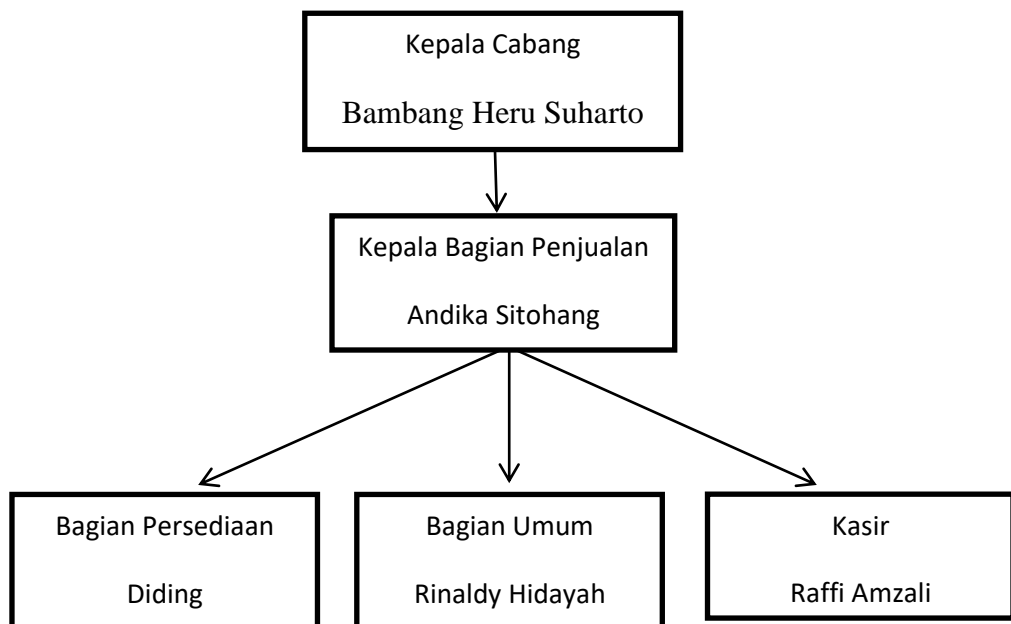
Dalam setiap organisasi atau perusahaan baik kecil maupun besar mutlak diperlukan suatu struktur organisasi yang mantap agar dapat

⁴⁶*Ibid*

memperlancar jalannya suatu perusahaan terutama dalam pembagian wewenang dan tanggung jawab dalam pelaksanaan suatu kegiatan organisasi.

212 Mart AR. Hakim, seperti halnya dengan perusahaan lain telah menetapkan struktur organisasi dan arus prosedur yang dihubungkan satu dengan yang lainnya untuk menjalankan peranan dan tugasnya masing-masing. Untuk lebih jelasnya struktur organisasi 212 Mart AR. Hakim dapat dilihat pada gambaran berikut ini:⁴⁷

Gambar. 4.1
Struktur Organisasi 212 Mart AR. Hakim



Sumber data: Kepala Cabang 212 Mart Ar. Hakim

Adapun pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing personil diuraikan sebagai berikut:

1. Kepala Cabang

Terlepas dari pemilik perusahaan, maka pimpinan perusahaan mempunyai tugas menentukan kebijaksanaan, memberikan instruksi dan

⁴⁷Sumber data, Kepala Cabang 212 Mart

pengarahan serta motivasi kepada seluruh karyawan dan sebagai penanggung jawab dan sebagai penanggung jawab umum, jalannya perusahaan.

2. Kepala Bagian Penjualan
 - a. Bertanggung jawab penuh terhadap transaksi penjualan yang terjadi di perusahaan.
 - b. Mengawasi dan menangan masalah-masalah yang meliyangkut penjualan atas persetujuan pimpinan.
3. Bagian Persediaan
 - a. Bertanggung jawab kepada kepala seksi pembukuan. Melakukan pemotongan stok untuk SPM yang terjual dan melakukan pengecekan terhadap barang-barang yang masih ada digudang.
 - b. Membuat laporan stok setiap bulan.
4. Bagian Umum/Personalia
 - a. Bertanggung jawab penuh terhadap penerimaan barang-barang dari pusat yang dibawah oleh mobil kontainer/bagian ekspedisi.
 - b. Membuat data karyawan yang akan diberikan kepada bagian keuangan dalam hal pemberian gaji.
 - c. Bertanggung jawab terhadap hal-hal yang umum dalam perusahaan.
5. Kasir
 - a. Bertanggung jawab penuh terhadap kepala seksi keuangan.
 - b. Menerima pembayaran angsuran dari debitur.
 - c. Membuat daftar penerimaan piutang disertai dengan bukti-bukti transaksi lampirannya.

Hasil penelitian ditemukan adanya dominasi jenis kelamin responden yaitu perempuan. Lengkapnya disampaikan pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	3	15%
Perempuan	17	85%

	20	100%
--	----	------

Sumber data: Hasil wawancara dengan konsumen

Dari **tabel 4.1** dapat dilihat banyaknya konsumen yang dijadikan responden dalam penelitian berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki sebanyak 3 orang (15%) dan perempuan sebanyak 17 orang (85%) yang pada umumnya konsumen 212 Mart.

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
<20 Tahun	5	25%
21-30 Tahun	10	50%
31-49 Tahun	3	15%
>50 Tahun	2	10%
	20	100%

Sumber data: Hasil wawancara dengan konsumen

Dari **tabel 4.2** dapat dilihat jumlah konsumen yang menjadi responden berkisar dari usia <20 tahun hingga >50 tahun diantaranya; jumlah konsumen yang berusia <20 tahun berjumlah 5 orang (25%), usia 21-30 tahun berjumlah 10 orang (50%), usia 31-49 tahun berjumlah 3 orang (15%), dan yang berusia >50 tahun berjumlah 2 orang (10%).

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	12	60%
Pegawai	3	15%
Wiraswasta	3	15%
Lain-Lain	2	10%
	20	100%

Sumber data: Hasil wawancara dengan konsumen

Dari **tabel 4.3** berdasarkan pekerjaan responden, jumlah pelajar/mahasiswa adalah 12 orang (60%), Pegawai 3 orang (15%), wiraswasta 3 orang (15%) dan lain-lain sebanyak 2 orang (10%).

Tabel 4.4
Jumlah Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Kunjungan
Transaksi
di 212 Mart

Banyaknya Kunjungan	Jumlah	Persentase
1 kali	11	55%
2-5 kali	6	30%
Diatas 5 kali	3	15%
	20%	100%

Sumber data: Hasil wawancara dengan konsumen

Dari **tabel 4.4** jumlah responden berdasarkan berapa kali melakukan kunjungan transaksi di 212 mart, yang melakukan kunjungan sebanyak 1 kali 11 orang (55%), 2-5 kali 6 orang (30%), diatas 5 kali 3 orang (15%).

C. Hasil Penelitian

1. Persepsi Konsumen Tentang Proses Transaksi Syariah di 212 Mart

Untuk menjawab permasalahan penelitian yaitu bagaimana persepsi konsumen tentang proses transaksi di 212 Mart. Agar lebih jelas dapat dilihat dari hasil responden dan wawancara penelitian dengan konsumen sebagai berikut:

Dari beberapa konsumen menyatakan setuju, sangat setuju dan kurang setuju dengan proses transaksi di 212 Mart sudah memenuhi standar hukum Islam. Seperti halnya yang dikatakan oleh konsumen saat peneliti melakukan wawancara dengan Risda (23 Tahun).⁴⁸

⁴⁸Risda, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 8 Oktober 2018

“Saya setuju karena ini merupakan minimarket syariah pertama berdiri dibawah pimpinan umat Islam, pastinya akan semakin memenuhi standar hukum Islam.”

Hal yang sama disampaikan oleh konsumen lain, seperti yang dikatakan Bapak Ridho (37 Tahun).⁴⁹

“Saya sangat setuju, muda-mudahan minimarket ini terus berkembang, kokoh dan semakin memenuhi hukum Islam.”

Akan tetapi menurut ibu Lia menyatakan kurang setuju dengan proses transaksi yang sesuai dengan syariah ini.

“Saya kurang setuju karena menurut saya minimarket ini masih sama seperti minimarket lainnya.”

Selain proses transaksi yang sudah memenuhi standar hukum Islam atau syariah barang yang menjadi objek transaksi di 212 Mart merupakan barang yang kehalalannya sudah jelas dengan syariah. Seperti yang dikatakan konsumen Bapak Ali (30 Tahun).⁵⁰

“Sangat setuju karena disini saya tidak mendapati barang yang tidak jelas kehalalannya seperti rokok yang sudah di umumkan MUI adalah haram hukumnya.”

Hal yang sama di sampaikan oleh konsumen lain, seperti yang dikatakan Suhaila (23 Tahun).⁵¹

“Saya setuju karena saya juga tidak mendapati barang-barang yang tidak jelas kehalalannya”

Transaksi di 212 Mart memberikan kebebasan bagi konsumen dalam membuat kesepakatan bersama dalam jual-beli barang. Seperti yang dikatakan konsumen Ibu Lia (32 Tahun).⁵²

⁴⁹Bapak Ridho, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 8 Oktober 2018

⁵⁰Bapak Ali, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 8 Oktober 2018

⁵¹Suhaila, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 08 Oktober 2018

⁵²Ibu Lia, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 08 Oktober 2018

“Saya setuju karena disitu kan sudah tertera harganya jadi jika saya tidak sepakat maka saya tidak jadi membeli barang tersebut.”

Transaksi di 212 Mart tidak mengandung riba, tidak mengandung unsur perjudian dan selalu menghindari ketidakjelasan. Seperti yang dikatakan beberapa konsumen tentang transaksi tersebut seperti Kakak Amel (27 Tahun).⁵³

“Setuju karena didalamnya tidak mengandung riba dan tidak adanya perjudian seperti undian-undian berhadiah yang biasanya di minimarket lainnya.”

Transaksi di 212 Mart mengandung nilai ibadah seperti akhlak antara pedagang dan pembeli dalam bertransaksi sesuai dengan syariah. Seperti yang dikatakan oleh Abang Aslam (25 Tahun).⁵⁴

“Saya setuju karena begitu kita masuk ke minimarket tersebut akan disambut dengan salam dan ketika selesai berbelanja kasirnya juga akan mengucapkan salam”

“Sangat Setuju saya lebih suka berbelanja disini karena begitu masuk saya akan merasa ketenangan didalamnya mengandung keIslami-islamian.”

Walaupun banyak yang mengatakan setuju, tetapi ada juga konsumen yang mengatakan tidak setuju seperti Ibu Zein (32 Tahun).⁵⁵

“Saya tidak setuju karena saya tidak melihat sesuai syariah menurut saya sama saja seperti minimarket biasanya.”

Ada dokumentasi dalam transaksi di 212 Mart sesuai syariah dengan adanya struk belanja. Ibu Hikmah (27 Tahun).⁵⁶

“Saya setuju karena struk belanjanya lebih simpel dari struk yang ada minimarket lainnya.”

⁵³Kakak Amel, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 08 Oktober 2018

⁵⁴Abang Aslam, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 08 Oktober 2018

⁵⁵Ibu Zein, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 08 Oktober 2018

⁵⁶Ibu Hikmah, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 09 Oktober 2018

2. Proses Transaksi Sesuai Dengan Akad Jual Beli Syariah di 212 Mart

Untuk menjawab permasalahan penelitian yaitu apakah proses transaksi sesuai dengan akad jual beli syariah di 212 Mart. Agar lebih jelas dapat dilihat dari hasil responden dan wawancara penelitian dengan konsumen sebagai berikut:

Transaksi di 212 Mart memiliki pernyataan untuk mengikat diri. Ada konsumen yang menyatakan sangat setuju, setuju, kurang setuju dan tidak setuju. Seperti halnya yang dikatakan Kakak Wina (23 Tahun).⁵⁷

“Saya sangat setuju karena dari keramah-tamahan pegawainya mungkin akan membuat saya akan balik kembali dan di akhir pembelian pun mereka mengucapkan kata “datang kembali” dengan itu maka adanya pernyataan mengikat diri.”

Sama halnya seperti yang dikatakan konsumen Ibu Mina (29 Tahun).⁵⁸

“Saya setuju karena saya lebih mengutamakan syariah disini untuk berbelanja.”

Tetapi beberapa konsumen mengatakan kurang setuju bahkan tidak setuju dengan statement berikut, menurut konsumen Meliza (23 Tahun).⁵⁹

“Saya kurang setuju karena dimana sama saja saya nyaman dimana pun berbelanja.”

“Saya tidak setuju karena tidak banyak barang-barang yang saya perlukan disana.”

Ada subjek dan objek yang jelas dalam transaksi di 212 mart. Seperti yang dikatakan Leli (24 Tahun).⁶⁰

“Saya sangat setuju karena semua yang di 212 Mart subjek dan objeknya jelas jadi membuat saya nyaman”

“Saya setuju karena pegawai dan barang disediakan jelas”

Bahkan ada yg tidak setuju menurut Adek Fitri (19 Tahun)⁶¹

⁵⁷Kak Wina, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 09 Oktober 2018

⁵⁸Ibu Mina, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 09 Oktober 2018

⁵⁹Meliza, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 09 Oktober 2018

⁶⁰Leli, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 09 Oktober 2018

“Saya rasa kak dimana aja itu sama sajalah”

Tujuan akad dalam proses transaksi di 212 Mart adalah untuk kemaslahatan, memiliki respon yang baik. Seperti yang dikatakan Yuriza (23 Tahun).⁶²

“Saya setuju karena syariah islam mengandung unsur kemaslahatannya maka itu perlu di akad transaksi 212 Mart.”

Dalam melakukan transaksi di 212 Mart ada beberapa akad seperti, kata-kata dan perbuatan sesuai syariat, adanya kerelaan antara penjual dan pembeli, sahnya transaksi karena telah memenuhi kriteria sesuai syariah, objek transaksi jelas kepemilikannya dan objek transaksi adalah barang yang diperbolehkan dalam agama (halal).

Dari beberapa pernyataan diatas, peneliti merangkum jawaban dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap konsumen 212 Mart. Salah satunya pernyataan yang dikatakan oleh Gita (24 Tahun).⁶³

“Saya sangat setuju karena kerelaan antara penjual dan pembeli dibutuhkan dalam kriteria syariah Islam dan sahnya jual beli tersebut terdapat di proses transaksi 212 Mart”

Adanya hak pilih bagi penjual dan pembeli dalam akad transaksi di 212 Mart untuk melanjutkan jual beli atau membatalkannya. Menurut Fitri Hayati (22 Tahun).⁶⁴

“Saya setuju karena setelah apa yang kita belanjakan sebelum adanya transaksi kita masih bisa membatalkan disitu lah adanya hak pilih bagi pembeli.”

Adanya tukar menukar uang dengan barang secara tunai sesuai akad syariah dalam bertransaksi di 212 Mart. Menurut Hidayati (23 Tahun)⁶⁵

⁶¹Adek Fitri, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 09 Oktober 2018

⁶²Yuriza, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 09 Oktober 2018

⁶³Gita, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 09 Oktober 2018

⁶⁴Fitri, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 09 Oktober 2018

⁶⁵Hidayati, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 09 Oktober 2018

“Saya setuju karena memang begitu akad syariah dalam bertransaksi adanya tukar menukar uang dengan barang secara tunai kan”

Akad transaksi di 212 Mart memenuhi jual beli dengan cara tukar menukar sesuai syariah. Banyak yang berpendapat tidak setuju seperti Ibu Puput (35 Tahun)⁶⁶

“Saya tidak setuju nak, karena kan dalam transaksi syariah kan tidak hanya tukar menukar uang dengan barang saja kan bisa saja barang dengan barang seperti jaman dulu aja begitu, jadikan itu belum memenuhi syariah Islam.”

3. Bagaimana Keberadaan 212 Mart Mempengaruhi Persepsi (Pengetahuan) Konsumen Terhadap Proses Transaksi Syariah Yang Ideal

Untuk menjawab permasalahan penelitian yaitu apakah keberadaan 212 mart mempengaruhi persepsi (pengetahuan) konsumen terhadap proses transaksi syariah yang ideal. Agar lebih jelas dapat dilihat dari hasil responden dan wawancara penelitian dengan konsumen sebagai berikut:

Proses transaksi pada minimarket seharusnya mengikuti proses transaksi di 212 Mart yang sudah memenuhi standar hukum Islam dan sesuai aturan syariah. Sebagian besar menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut. Menurut Bapak Rasid (49 Tahun).⁶⁷

“Saya setuju karena agar lebih banyak lagi minimarket-minimarket yang sesuai dengan syariah Islam dan makin berkembang dimana-mana.”

Proses transaksi dan barang yang menjadi objek transaksi di minimarket lainnya belum tentu barang halal sesuai syariah seperti di 212 Mart. Sebagian besar menyatakan setuju dengan pernyataan diatas. Menurut Cahaya (22 Tahun).⁶⁸

⁶⁶Puput, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 09 Oktober 2018

⁶⁷Bapak Rasid, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 09 Oktober 2018

⁶⁸Cahaya, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 10 Oktober 2018

“Saya setuju karena memang di minimarket lainnya masih saja menjual barang-barang yang tidak sesuai dengan syariah Islam tidak seperti di 212 Mart barang yang mereka jual sudah jelas kehalalannya.”

Tetapi ada 1 konsumen menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut seperti Ibu Wina (40 Tahun)⁶⁹

“Saya tidak setuju karena kan tidak semua disini orang Muslim jadi bisa sajakan mereka membutuhkan barang atau makanan yang bisa mereka makan seperti non muslim dek, kitakan juga harus menghormati apa yang mereka butuhkan jadi bisa saja minimarket lain menjual barang seperti itu.”

Transaksi di minimarket lainnya belum memberikan kebebasan bagi konsumen dalam membuat kesepakatan bersama seperti bertransaksi di 212 Mart yang sesuai syariah. Sebagian besar menyatakan setuju dengan pernyataan diatas. Seperti yang dikatakan Ibu Amalia (37 Tahun).⁷⁰

“Saya setuju kadang di minimarket lain mereka mau mengubah harga itu walaupun berapa rupiah dilayarnya, tetapi kadang kita tidak lebih detail melihat rincian pembayarannya.”

Tetapi ada 1 konsumen yang menyatakan tidak setuju dengan statement tersebut Bapak Ahmad (41 Tahun).⁷¹

“Saya tidak setuju karena kita tidak bisa menyamakan anatar minimarket satu dengan lainnya.”

Transaksi di minimarket lainnya masih mengandung riba, unsur perjudian dan ketidakjelasan. Walaupun banyak yang mengatakan setuju tetapi beberapa konsumen yang mengatakan tidak setuju.

“Saya setuju karena yang saya lihat di minimarket lainnya masih saja mengandung unsur yang tidak sesuai dengan syariah Islam dan masih ada unsur ketidakjelasan disitu.”

⁶⁹Ibu Wina, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 10 Oktober 2018

⁷⁰Ibu Amalia, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 10 Oktober 2018

⁷¹Bapak Ahmad, Konsumen, wawancara di 212 Mart AR.Hakim, tanggal 10 Oktober 2018

“Saya tidak setuju itu kan sudah menjadi haknya disetiap minimarket tersebut mungkin itu bisa menjadi tambahan buat berkembangnya perusahaan-perusahaan mereka walaupun itu tidak diperbolehkan dalam syariah Islam.”

Akhlak antara pedagang dan pembeli belum sesuai dengan syariah dan tidak mengandung nilai ibadah dalam bertransaksi di minimarket lainnya. Sebagian besar mengatakan setuju, tetapi beberapa konsumen mengatakan tidak setuju.

“Saya setuju karena masih ada pegawai di minimarket lainnya yang tidak sopan dan tidak mengandung nilai ibadah.”

“Tidak setuju mungkin saja itu karena tingkah konsumennya saja yang membuat pegawainya tidak sopan seperti itu.”

Dokumentasi dalam transaksi di minimarket dengan adanya struk belanja belum sesuai syariah. Banyak yang mengatakan setuju, tetapi tidak sedikit juga yang mengatakan tidak setuju

“Saya setuju emang yang saya lihat di struknya banyak sekali yang tidak kita ketahui itu bagian apa-apa saja makanya itu tidak sesuai dengan syariah.”

“Saya tidak setuju karena kan yang sesuai itu yang lebih jelas tercatatnya di struk tersebut”

D. Analisis Penelitian

Konsumen 212 Mart di Ar. Hakim pada umumnya belum begitu mengetahui apakah minimarket tersebut sudah memenuhi syarat ketentuan syariah. Tetapi tidak begitu berpengaruh terhadap 212 Mart, dari hasil wawancara peneliti dengan dua puluh pedagang, dapat peneliti lihat bahwa hanya dua belas pedagang yang benar-benar paham dalam transaksi jual beli syariah itu. Saat ditanya tentang pemahaman mereka terhadap proses transaksi syariah seperti akad dan rukun-rukunnya mereka sepakat menjawab “akad adalah proses transaksi antara penjual dan pembeli dengan adanya transaksi seperti tawar menawar dengan rukun dan syarat yang sah”. Dan saat peneliti bertanya tentang ijab dan qabul mereka sepakat bahwa ijab dan qabul itu harus diucapkan secara lisan.

Sedangkan dari konsumen lainnya mereka ini sebenarnya tidak terlalu memahami tentang proses transaksi syariah dalam transaksi jual beli itu, tetapi jika dilihat dari prakteknya sebenarnya mereka berdua ini sudah menerapkan salah satu rukun dalam akad itu seperti adanya pengucapan ijab dan qabul itu. Dari konsumen lainnya mereka ini sebenarnya memahami tentang akad dalam transaksi jual beli itu, tetapi di dalam prakteknya mereka ini tidak menerapkan ijab dan qabul itu secara lisan. Karena mereka berdua ini sepakat, bahwa ijab dan qabul itu tidak harus diucapkan langsung secara lisan, karena menurut mereka akad itu sudah sah apabila si penjual sudah memberikan barangnya kepada si pembeli, dan si pembeli membayar uang atas harga barang tersebut. Menurut mereka akad yang seperti itu sudah sah, asalkan tidak ada paksaan dari orang lain dan yang paling pentingnya menurut mereka adalah adanya unsur suka sama suka dari pihak yang melakukan transaksi tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa, persepsi konsumen berpengaruh terhadap proses transaksi syariah yang ada di 212 Mart. Sedangkan tentang pemahaman dan penerapan akad dalam transaksi jual beli di 212 Mart maka dapat penulis simpulkan bahwa:

1. Pemahaman konsumen tentang proses transaksi syariah , dari dua puluh konsumen hanya dua belas konsumen yang benar-benar memahaminya. delapan konsumen lainnya tidak memahaminya. Dalam prakteknya, bahwa delapan konsumen ini sudah mengetahui proses saat melakukan transaksi. Tuntunan syariat, tidak boleh ada kesepakatan untuk menipu orang lain, transaksi barang-barang yang diharamkan. Menurut konsumen di 212 Mart proses transaksi itu sudah sah apabila si penjual sudah memberikan barang kepada si pembeli, dan si pembeli membayar uang atas harga barang tersebut, asalkan tidak ada paksaan dan dilakukan dengan rasa suka sama suka dari konsumen.

2. Pengetahuan proses transaksi syariah bagi konsumen berbeda-beda. Dari dua puluh konsumen yang peneliti wawancarai hanya dua belas yang memahami salah satu rukun di dalam akad yaitu ijab dan kabul. Tetapi hanya sepuluh konsumen yang benar-benar memahami tentang akad dalam transaksi jual beli ini sekaligus menerapkannya dalam menjalankan transaksinya. Delapan konsumen yang juga menerapkan ijab dan kabul tetapi mereka ini tidak memahami secara teori tentang akad dalam transaksi jual beli. Sedangkan konsumen lainnya yang tidak menerapkan ijab dan kabul dalam proses transaksinya, tetapi mereka ini sebenarnya memahami tentang akadnya. Alasan kenapa mereka tidak menerapkannya adalah karena mereka beranggapan bahwa ijab dan kabul itu tidak harus diucapkan secara lisan, karena menurut mereka berdua akad itu sudah sah apabila barang yang ditransaksikan itu sudah berada di tangan si pembeli

dan tanpa ada unsur paksaan dan dilakukan dengan rasa suka sama suka dari para pihak.

3. Keberadaan 212 Mart mempengaruhi persepsi konsumen terhadap persepsi konsumen tentang transaksi tersebut karena dimana letak lokasinya juga harus diperhatikan semakin banyak yang mengetahui semakin banyak yang melakukan transaksi.

B. Saran

1. Bagi 212 Mart harus berupaya meningkatkan sesuai dengan syariah Islam sehingga dapat menaikkan minat masyarakat untuk membeli, meningkatkan produk-produk unggulan halal dan meningkatkan penjualannya setiap bulannya.
2. Bagi konsumen Muslim untuk selalu memajukan usaha yang sesuai dengan syariah, salah satu cara yang paling mudah untuk memberikan pengaruh kepada konsumen adalah menggunakan *website* dan media sosial. Hal tersebut disarankan karena pengaruh orang lain merupakan variabel yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan konsumen melakukan transaksi, tetapi pada kondisi nyata, informasi dari pelaku usaha masih belum optimal bila dibandingkan informasi yang berasal dari teman atau kenalan.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan hasil penelitian ini serta dapat meneliti lainnya yang belum diteliti pada penelitian ini yang tentunya berkaitan dengan persepsi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. *Psikologi Umum*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003
- Al-Anshari, Zakaria dan Hasyiah Ibn Abidin, *Hadits Shahih Bukhari Muslim*, Beirut: Dar el-fikr, t.th, 2007
- Al-Mughni, Qudamah Ibnu, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, Beirut: Dar el Fikr, t.th, 2010
- Anwar, Syamsul. *Hukum Perjanjian Syariah Studi Tentang Teori Akad dalam Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010
- Alsubaily, Yusuf. *Fiqh Perbankan Syariah: Pengantar Fiqh Muamalah dan Aplikasinya dalam Ekonomi Modern, Alih Bahasa: Erwandi Tarmizi*, TTp: Darul Ilmi, t.th, 2008
- Arifin, Djohar *et al.* “Substansi akad dalam transaksi syariah” dalam “Jurnal Perbankan Syariah” Vol.6 No.1, Tahun 2014
- Aslianur, Muhammad. *Pemahaman dan penerapan akad dalam transaksi jual beli di pasar tradisional (Studi Terhadap Pedagang Pakaian di Pusat Perbelanjaan Mentaya Kota Sampit)*, Skripsi IAIN Palangkaraya, 2016
- Aswita, Effi. *Metode Penelitian Pendidikan*, Medan: Unimed Perss, 2012
- Baqi, Fuad Abdul Muhammad. *Sahih Bukhari Muslim; HR Bukhari, 34 Kitabul Buyu: 45* Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia, 2018
- B, M. Ali dan T.Deli. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Bandung: Penabur Ilmu, 2000
- Bungin, Burhan. “*Metodologi Penelitian dan Ekonomi*”, Jakarta: Kencana, 2013
- Departemen Agama RI, *Al-qur’an dan Terjemahan*, Jakarta: PT Kalim, 2010
- Echols, M. Jhon. *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia, 2005
- Fitriyani, Yunita. *Persepsi Konsumen Terhadap Kegiatan Promosi Penjualan (Kupon Potongan harga) Studi Pada Dunia Fantasi Ancol*, Skripsi UI, 2008
- Hakim, Abd Atang. *Fiqh Perbankan Syariah*, PT Refika Aditama: Bandung, 2011
- Hasan, Ali M. *Berbagai macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, Jakarta: PT RajaGrafindo, 2003
- Karim, Aswar Adiwarmarman. *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Jakarta, Gema Insani, 2001
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2000
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006

- Sangadji, Mamang Etta dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Setiawan, Arif. *Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu*, Skripsi Universitas Lampung, 2016
- Sholihin, Ifham Ahmad. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Sunaryo. *Psikologi Untuk Keperawatan*, Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2002
- Supranto, J dan Nandan Limakrisna. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2011
- Syafei, Rachmat. *Fikih Muamalah*, Bandung, Pusaka Setia, 2000
- Thoha, Miftah. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002
- Wahyuni, Sri. *Sistem Jual Beli Pesanan Pada Shopie Marthin Kota Langsa Ditinjau Menurut Hukum Islam*, Skripsi IAIN Langsa
- Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta, Andi Offset, 2002

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Badrun Nisa
Nim : 51144013
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 20 Mei 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jalan Letda Sujono Gg H Ruslan Lubis No.
162B Medan
Alamat Email : mis.nisa30@gmail.com

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

SD Islam An-Nizam : Tahun 2002-2008
SMP Islam An-Nizam : Tahun 2008-2011
SMK Negeri 10 Medan : Tahun 2011-2014
S1 UIN SU : Tahun 2014-2018