BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perumahan merupakan kebutuhan papan yang bersifat primer, selain kebutuhan pangan dan sandang, sehingga setiap orang berhubungan dengan *real estate* yang satu ini. Bagaimanapun kondisi perekonomian yang sedang terjadi, semua orang haruslah memiliki tempat tinggal untuk memenuhi salah satu kebutuhan utamanya dan sebagai tempat untuk berlindung dari terik matahari dan hujan.

Dalam menentukan pemilihan rumah, konsumen tidak saja melihat dari faktor harga, tetapi juga melihat dari faktor lokasi, bangunan, dan lingkungannya. Alasan konsumen mempertimbangkan faktor harga karena berkaitan dengan pendapatannya. Bagi konsumen yang memiliki pendapatan besar, mungkin harga tidak akan menjadi masalah, tetapi mereka lebih mempertimbangkan faktor lokasi dan kualitas bangunannya. Untuk faktor lingkungan, merupakan faktor tambahan yang tidak bisa diabaikan karena faktor ini adalah salah satu faktor yang menentukan perumahan tersebut layak untuk dihuni seperti keamanannya, kebersihannya, kelengkapannya, fasilitas umum, dan lain-lain. Dengan adanya fasilitas yang lengkap, konsumen akan menetapkan pilihannya dengan puas.

Di Indonesia, hal-hal yang menggunakan nama atau label syariah cukup banyak bermunculan dan menjadi *trend* di masyarakat Indonesia diberbagai bidang, baik usaha bidang produk maupun jasa. Contoh usaha yang bergerak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam bidang jasa, antara lain lembaga keuangan syariah, seperti perbankan syariah, asuransi syariah (*takāful*), pegadaian syariah (*rahn*), pasar modal syariah, reksadana syariah, baitul maal wattamwil dan koperasi, lembaga ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf). Selain lembaga keuangan, perusahaan yang bergerak dalam bidang produk dan jasa juga sudah banyak yang menggunakan label syariah sebagai identitas perusahaannya, seperti, salon syariah, hotel syariah, pasar syariah, laundry syariah, khususnya perumahan syariah.

PT. Cahaya Mentari Pratama merupakan salah satu pengembang perumahan dengan tiga macam konsep, salah satunya adalah Perumahan Multazam Islamic Residence yang memiliki konsep islami artinya dari segi arsitektur bangunannya yang didesain dengan konsep islami. Maksudnya, dari segi ornamen pintunya seperti ornamen pintu pada masjid pada umumnya, ornamen seperti itu terdapat di sebagian tipe rumah, ada ruangan khusus di teras rumah yang digunakan sebagai ruang tamu, dan tangga yang menuju ke lantai dua terletak di luar rumah. Pengguna perumahan ini dikhususkan bagi orang-orang muslim saja.[1] Sistem pembayarannya langsung melalui *developer* (*in house*) dengan menggunakan akad *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) dan *ujrah* sebagai keuntungannya serta bebas riba.

Sistem perumahan syariah sudah menjadi keputusan para ulama fiqh sejak tahun 1990. Berikut kutipan Keputusan *Majma' Al-Fiqh Al-Islāmi* (di

[1] Dani Ari Setiawan (Karyawan, *Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Rungkut Asri Timur VII No. 21/RK IV-D1 Surabaya, 14 November 2015, Jam 13.00 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bawah Muktamar Islam) tentang KPR dan peran pemerintah (Majalah *Al-Majma'* Muktamar VI, Volume 1, hlm. 81). Majlis *Majma' Al-Fiqh Al-Islāmi* menyelenggarakan Muktamar ke-6 di Jedah KSA, tanggal 17-23 Sya'ban 1410 H, bertepatan dengan 14-20 Maret 1990 M.

Setelah mempelajari kajian yang diajukan kepada *Al-Majma'* serta memperhatikan diskusi yang berlangsung terkait masalah KPR, *Majma' Al-Fiqh Al-Islāmi* memutuskan:[2]

Pertama, tempat tinggal termasuk kebutuhan primer setiap manusia, sehingga harus dipenuhi dengan cara yang disyariatkan, dari harta yang halal. Sementara metode yang diterapkan oleh bank-bank penyedia jasa KPR tanah dan rumah atau semacamnya, dengan mengucurkan dana pinjaman disertai bunga, baik kecil maupun besar, merupakan cara yang haram secara syariat karena termasuk praktik riba.

Kedua, terdapat beberapa cara yang diperbolehkan secara syariat, untuk menggantikan cara yang terlarang dalam memenuhi kebutuhan papan masyarakat, diantaranya:

1. Pemerintah menyediakan kepada setiap warga yang membutuhkan kediaman untuk memiliki tempat tinggal dengan pinjaman khusus untuk membangun rumah. Bisa menggunakan skema kredit lunak tanpa bunga. Baik bunga yang sangat jelas (berdasarkan prosentase pinjaman) atau yang disamarkan dengan kedok biaya administrasi (yang tidak wajar). Hanya saja jika dibutuhkan untuk mendapatkan dana dalam rangka memenuhi

[2] Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia, "KPR dan Peran Pemerintah – Keputusan *Majma' Al-Fiqh Al-Islāmi* (di bawah OKI : Organisasi Konferensi Islam", dalam http://pengusahamuslim.com/kpr-dan-peran-1811.html, diakses pada 26 Nopember 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

target utang, maka harus dibatasi sesuai biaya yang riil untuk mengucurkan dana utang.

2. Negara yang maju membuatkan tempat tinggal dan menjualnya kepada masyarakat yang membutuhkan tempat tinggal dengan pembayaran tertunda, berdasarkan batasan yang sesuai syariat.
3. Para penanam modal, baik individu maupun perusahaan mengembangkan perumahan, kemudian dijual secara kredit.
4. Skema transaksi jual beli rumah bisa menggunakan akad *istiṣnā'*, jika dianggap sebagai satu keharusan, sehingga memungkinkan bagi konsumen untuk membeli rumah itu sebelum dibangun. Tentu saja setelah ada penjelasan dan rincian tentang bangunan, sehingga tidak memicu kesalah-pahaman. Dan dibolehkan tanpa harus membayar tunai, namun boleh dibayar secara kredit sesuai kesepakatan.

   Tidak lupa harus memenuhi semua syarat dan ketentuan yang berlaku untuk akad *istiṣnā'*, sebagaimana yang dijelaskan ulama, dan akad *istiṣnā'* berbeda dengan akad *salam*.

Adapun yang dimaksud dengan syariat Islam yaitu hukum-hukum (peraturan-peraturan) yang diturunkan Allah SWT untuk manusia melalui Nabi Muhammad SAW, baik berupa Al-Qur'an maupun Sunnah Nabi, yang berupa perkataan, perbuatan dan ketetapan atau penegasan.[3] Menurut Mohammad Hashim Kamali, secara umum syariah merujuk kepada perintah, larangan, panduan, prinsip dari Tuhan untuk perilaku manusia di dunia ini dan

[3] Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keselamatannya di akhirat.[4] Dari dua definisi di atas, maka dapat disimpulkan, bahwa yang dimaksud dengan syariah adalah kumpulan peraturan Allah SWT yang terkandung dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah, yang berisi perintah larangan, prinsip, dan panduan, yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai pedoman hidup umat manusia, untuk keselamatan hidupnya di dunia dan di akhirat.

Nabi Muhammad sangat menganjurkan umatnya untuk berbisnis (berdagang) karena berbisnis dapat menimbulkan kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga, tanpa tergantung atau menjadi beban orang lain. Al-Qur'an mengatakan:

وَجَعَلۡنَا ٱلنَّهَارَ مَعَاشٗا ١١

dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan,
(QS Al-Naba' [78]:11)[5]

Dalam bisnis syariah, pengertian keuntungan tentu bukan hanya semata-mata berhenti pada tataran materil, melainkan sampai usaha bagaimana mendapatkan keridhaan Allah SWT ketika menjalankan bisnis. Pemikiran ini mengacu pada makna bisnis dalam Al-Qur'an yang tidak hanya terkait dengan hal-hal yang bersifat materil, tetapi justru kebanyakan mengarah pada nilai-nilai yang bersifat pada imateril.

Banyak pembeli yang memiliki keraguan dalam melakukan pembelian, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor di antaranya: (a) ketidaktahuan akan

[4] Ibid., 2.
[5] Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, 1971).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

barang/jasa yang akan dibeli, (b) banyaknya pilihan produk dengan mutu, kualitas, harga yang sama, (c) banyaknya penawaran yang dilakukan penjual, (d) beragamnya informasi di media cetak/elektronik, (e) terpengaruh oleh informasi yang disampaikan oleh teman, tenaga penjual termasuk lingkungan keluarga.[6] Keraguan ini merupakan hal yang lazim terjadi pada konsumen karena banyak pilihan barang/jasa yang akan dikonsumsi.

Dalam praktik penjualan modern, persaingan menjadi sesuatu yang lazim terjadi karena banyak barang/jasa yang ditawarkan, banyak pilihan yang bisa dilakukan dan banyak faktor yang menentukan keberhasilan dalam persaingan. Persaingan merupakan sesuatu yang tidak mungkin dihindari, tetapi harus dihadapi. Bagaimana menciptakan keunggulan bersaing melalui strategi yang diterapkan oleh perusahaan merupakan suatu keharusan bilamana perusahaan tetap ingin bertahan dan eksis di pasar. Perusahaan yang memiliki strategi bersaing yang baik akan mampu tumbuh dan mencapai tahap kedewasaan.

Persaingan, dalam paradigma spiritual marketing, adalah hal yang baik karena persaingan turut membesarkan pasar. Jika kita sukses, berarti permintaan pasar terhadap penawaran kita juga akan membesar. Tentu saja kita memiliki keterbatasan-keterbatasan, sehingga tidak semua permintaan dapat kita penuhi. Permintaan pasar seperti inilah yang nantinya akan dipenuhi oleh pesaing.[7]

---

[6] Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 6.
[7] Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena itu, dalam *spiritual marketing*, kita lebih menempatkan pesaing sebagai mitra ketimbang sebagai musuh yang harus dipukul, diangkat kejelekannya atau kelemahannya, dihalangi langkah-langkahnya. Allah SWT berfirman,

وَتَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡبِرِّ وَٱلتَّقۡوَىٰۖ وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡإِثۡمِ وَٱلۡعُدۡوَٰنِۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلۡعِقَابِ ٢

> Dan tolong-tolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan janganlah tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran (QS Al-Ma'idah [5]:2).[8]

Spiritual marketing bertujuan untuk mencapai sebuah solusi yang adil dan transparan bagi semua pihak yang terlibat. Di dalamnya tertanam nilai-nilai moral dan kejujuran. Tidak ada pihak yang terlibat di dalamnya yang merasa dirugikan. Tidak akan ada pula pihak yang berburuk sangka (*sū'uzh-zhann*). Nilai-nilai spiritual dalam berbisnis juga akan mampu memperbaiki *inner-side* kita. Sebaliknya, semakin spiritual seseorang, ia pun akan lebih mampu menjalankan bisnisnya dengan lebih tenang dan dicintai oleh semua pihak.

Tingginya jumlah penduduk yang beragama Islam di Indonesia dan meningkatnya permintaan akan tempat tinggal dari tahun ke tahun merupakan peluang yang sangat besar bagi *developer* untuk mengembangkan bisnis perumahan syariah ini, apalagi belum banyak bermunculan rumah-rumah syariah. Tetapi, dengan masih kurangnya pemahaman masyarakat akan pengetahuan Islam, menuntut *marketer* perumahan syariah untuk pandai

[8] Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya...*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam menciptakan strategi penjualan perspektif Islam agar dapat menarik minat konsumennya.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul "***Penerapan Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) dalam Jual Beli Perumahan Multazam Islamic Residence, Kalang Anyar, Sidoarjo".***

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

   Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa hal yang menjadi masalah dalam penelitian ini, antara lain:

   a. Faktor yang mempengaruhi berkembangnya bisnis syariah.
   b. Faktor yang mempengaruhi berdirinya perumahan syariah.
   c. Penerapan strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam.
   d. Penerapan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam.
   e. Dampak yang ditimbulkan dari penerapan bisnis syariah.

2. Batasan Masalah

   Batasan masalah dalam penelitian ini adalah penerapan strategi penjualan dan penerapan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Rumusan Masalah

Melihat adanya batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam?
2. Bagaimana analisis akad yang digunakan dalam transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian/penelitian yang sudah pernah dilakukan diseputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian/penelitian yang telah ada.

Berikut ini adalah beberapa judul penelitian yang berkaitan dengan judul peneliti, antara lain:

Karya Hajar Swara Prihatta yang berjudul "Implementasi Kepatuhan Syariah (Studi Kasus Produk Gadai Emas di BNI Syariah Cabang Dharmawangsa Surabaya)".[9] Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian ini membahas tentang bagaimana implementasi produk gadai emas di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya dan bagaimana penerapan kepatuhan syariah pada produk tersebut. Hasil penelitiannya menunjukkan tahapan-tahapan gadai emas di BNI

[9] Hajar Swara Prihatta, *Implementasi Kepatuhan Syariah (Studi Kasus Produk Gadai Emas di BNI Syariah Cabang Dharmawangsa Surabaya)* (Skripsi--Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Sunan Ampel, 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Syariah Dharmawangsa Surabaya meliputi transaksi pengajuan pembiayaan, transaksi pelunasan pembiayaan, transaksi perpanjangan pembiayaan, dan transaksi penjualan barang agunan. Pelaksanaan gadai emas di BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa telah memenuhi ketentuan syariah berdasarkan Fatwa DSN-MUI dan peraturan Bank Indonesia.

Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian peneliti adalah penelitian di atas membahas tentang implementasi kepatuhan syariah produk gadai emas di BNI Syariah Surabaya Cabang Dharmawangsa, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang kepatuhan syariah dalam strategi penjualan dan akad jual beli yang digunakan dalam transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.

Karya Budi Sukardi yang berjudul "Kepatuhan Syariah (*Shariah Compliance*) dan Inovasi Produk Bank Syariah di Indonesia".[10] Penelitian ini menjelaskan bahwa kepatuhan syariah (*shariah compliance*) sebagai alat pencegahan kemungkinan resiko dan fraud di sektor riil. Begitu juga inovasi produk perbankan Islam mengacu pada standar syariah (*shariah standards*) dan *shariah governance*, berpedoman pada standar internasional, pemenuhan integritas dan kualitas SDM perbankan Islam, kesesuaian akad, dan tidak mendzalimi masyarakat sebagai konsumen. Ini diterapkan untuk membuktikan bahwa nilai-nilai Islam mampu dan eksis dalam persaingan bisnis, perdagangan di era globalisasi modern serta menjaga keberlangsungan usaha (*sustainability*) perbankan Islam di Indonesia.

[10] Budi Sukardi, "Kepatuhan Syariah (*Shariah Compliance*) dan Inovasi Produk Bank Syariah di Indonesia", dalam Jurnal Akademika, 2012 dalam http://stainmetro.ac.id/e-journal/index.php/akademika/article/view/61.html diakses pada 03 November 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian peneliti adalah penelitian di atas membahas tentang kepatuhan syariah (*shariah compliance*) sebagai alat pencegahanan kemungkinan resiko dan fraud di sektor riil, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang kepatuhan syariah dalam strategi penjualan dan akad jual beli yang digunakan dalam transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.

Karya Khotibul Umam yang berjudul "Peningkatan Ketaatan Syariah melalui Pemisahan (*Spin Off*) Unit Usaha Syariah Bank Umum Konvensional".[11] Penelitian ini membahas tentang menurut UU 21/2008, Bank Umum Konvensional yang memiliki unit usaha syariah wajib memisahkan unitnya apabila nilai aset unit tersebut telah mencapai 50% dari total aset bank induk. Kewajiban tersebut ditujukan untuk menjadikannya sebagai Bank Umum Syariah yang terpisah pengelolaannya dari Bank Umum Konvensional, sehingga diharapkan lebih taat terhadap prinsip syariah.

Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian peneliti adalah penelitian di atas membahas tentang Bank Umum Konvensional yang memiliki unit usaha syariah wajib memisahkan unitnya apabila nilai aset unit tersebut telah mencapai 50% dari total aset bank induk agar Bank Umum Syariah lebih taat terhadap prinsip syariah, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang kepatuhan syariah dalam strategi penjualan dan akad jual

[11] Khotibul Umam, "*Peningkatan Ketaatan Syariah melalui Pemisahan (Spin Off) Unit Usaha Syariah Bank Umum Konvensional*", Jurnal Mimbar Hukum, No. 2, Vol. 22 (2010) dalam http://mimbar .hukum.ugm.ac.id/index.php/jmh/article/viewFile/281/136.html, diakses pada 26 Nopember 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beli yang digunakan dalam transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.

Karya Teguh Hadi Susilo yang berjudul "Analisis Kelayakan Strategi Penjualan Kredit Pemilikan Rumah di Danamon Simpan Pinjam".[12] Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis kelayakan strategi penjualan KPR di Danamon Simpan Pinjam (DSP). Dengan potensi pasar KPR yang masih tinggi terutama di sektor UMKM yang merupakan target utama DSP, sangat memungkinkan untuk digarap dalam rangka meningkatkan kinerja DSP dan KPR Bank Danamon. Pilihan strategi yang dilakukan adalah melakukan pembedaan dalam proses kredit yang lebih cepat, mudah, dan nyaman.

Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian peneliti adalah penelitian di atas membahas tentang analisis kelayakan strategi penjualan kredit pemilikan rumah di Danamon Simpan Pinjam (DSP) Dengan potensi pasar KPR yang masih tinggi terutama di sektor UMKM yang merupakan target utama DSP, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang strategi penjualan dalam persepektif Islam Perumahan Multazam Islamic Residence.

Karya Meidika Hafid Dharmawan yang berjudul "Peranan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa pada Perusahaan Jasa Pelaksana Konstruksi CV. Meidika Jaya di Karanganyar".[13]

---

[12] Teguh Hadi Susilo, *Analisis Kelayakan Strategi Penjualan Kredit Pemilikan Rumah di Danamon Simpan Pinjam* (Tesis--Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, 2011.

[13] Meidika Hafid Dharmawan, *Peranan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa pada Perusahaan Jasa Pelaksana Konstruksi CV. Meidika Jaya di*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian ini mengguanakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah membahas tentang penerapan strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV. Meidika Jaya dalam meningkatkan penjualan produk jasa dan hambatan strategi pemasaran yang dihadapi oleh CV. Meidika Jaya dalam meningkatkan penjualan produk jasa. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CV. Meidika Jaya menerapkan strategi pemasaran, strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi dan komunikasi dalam meningkatkan penjualan produk jasanya. Hambatan yang dihadapi CV. Meidika Jaya dalam meningkatkan penjualan produk jasanya adalah rendahnya disiplin kerja, pengaruh SDM yang kurangnya karyawan, pengaruh sumber daya (dana, tenaga ahli, dan teknologi) dan perubahan kondisi ekonomi dan politik.

Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian peneliti adalah penelitian di atas membahas tentang penerapan strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV. Meidika Jaya dalam meningkatkan penjualan produk jasa dan hambatan strategi pemasaran yang dihadapi oleh CV. Meidika Jaya dalam meningkatkan penjualan produk jasa, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang strategi penjualan dalam persepektif Islam Perumahan Multazam Islamic Residence.

Karanganyar (Skripsi--Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk menganalisis strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam.
2. Untuk menganalisis akad yang digunakan dalam transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat dalam dua (2) aspek, yaitu:

1. Aspek Teoritis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian dan bahan masukan bagi peneliti selanjutnya, serta dapat menambah wawasan dan informasi dalam memahami strategi penjualan perumahan syariah dalam perspektif Islam dan akad jual beli dalam perspektif Islam.

2. Aspek Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat yang tertarik akan perumahan syariah sehingga penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam memilih rumah dengan konsep islami. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi *marketer* dalam melakukan strategi penjualan dalam perspektif Islam dan *developer* dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menentukan akad jual beli yang sesuai dengan hukum Islam serta masyarakat yang ingin berbisnis properti sesuai dengan konsep rumah islami.

G. Definisi Operasional

1. Kepatuhan syariah secara konsep adalah penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah, dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan bisnis lain yang terkait[14] secara konsisten dan menjadikan syariah sebagai kerangka kerja bagi sistem dan keuangan lembaga syariah dalam alokasi sumber daya, manajemen, produksi, aktivitas pasar modal, dan distribusi kekayaan[15].. Dalam penelitian ini, kepatuhan syariah mempunyai makna tentang kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam menerapkan strategi penjualan dan akad jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.
2. Jual beli yang dimaksud dalam judul penelitian ini adalah jual (membahas tentang strategi penjualan dalam perspektif Islam) dan Beli (membahas tentang akad *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) yang digunakan dalam transaksi pembelian) Perumahan Multazam Islamic Residence.
3. Perumahan Multazam Islamic Residence adalah perumahan 100% muslim terbesar dan pertama kali di Indonesia. Dengan konsep kota mandiri yang ditunjang dengan fasilitas lengkap menunjang kegiatan islami dan

[14] Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah: Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 145.
[15] Ibid., 145.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manajemen *estate* yang modern[16], yang terletak di Kalang Anyar, Sidoarjo. Kantor pemasaran berlokasi di Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya.

H. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan memberikan penjabaran yang detail mengenai strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence agar dapat mengetahui secara mendalam mengenai hasil penelitian ini.

1. Data

   Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian.[17] Data dalam penelitian ini adalah hasil dari dokumentasi dan wawancara dengan 3 *marketer* yaitu Dani Ari Setiawan, Agil Prastiaji, Zendy Rizky Abadi dan 1 admin yaitu Nanik Rahmawati dari Perumahan Multazam Islamic Residence.

2. Sumber Data

   Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

   a. Sumber Primer

      Sumber data primer adalah sumber pertama di mana sebuah data dihasilkan. Dalam penelitian ini, peneliti langsung meminta informasi

[16] Multazam Islamic Residence, "pre-launching", dalam www.multazamislamicresidence.com, diakses pada 02 Nopember 2015.

[17] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2013), 123.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau keterangan dari 3 *marketer* dan 1 admin Perumahan Multazam Islamic Residence, yaitu:

1. Dani Ari Setiawan (*marketer*) karena beliau memiliki banyak informasi tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence, namun tidak banyak waktu yang diberikan untuk wawancara.
2. Agil Prastiaji (*marketer*) karena beliau memiliki banyak informasi tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dan *marketer* yang bersedia meluangkan banyak waktunya untuk diwawancarai.
3. Zendy Rizky Abadi (*marketing manager)* karena beliau merupakan pimpinan dari unit pemasaran yang mana lebih menguasai tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.
4. Nanik Rahmawati (admin) yang merupakan penerima awal pertanyaan wawancara yang diajukan oleh peneliti karena *marketer* belum bersedia diwawancarai karena sedang *launching* perumahan baru PT. Cahaya Mentari Pratama. Hasil wawancara yang diperoleh yaitu latar belakang Perumahan Multazam Islamic Residence.

Pada sumber primer ini, peneliti juga berkeinginan melakukan wawancara dengan *developer* Perumahan Multazam Islamic Residence namun beliau tidak memiliki waktu luang untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wawancara dan wawancara dengan pembeli Perumahan Multazam Islamic Residence untuk memperkuat informasi yang diberikan oleh *marketer* dalam hal strategi prnjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence. Namun, peneliti tidak diizinkan oleh pihak PT. Cahaya Mentari Pratama karena untuk melindungi privasi dari pembeli. Dari keempat narasumber di atas, data yang diberikan sudah konsisten dan tidak ada yang berbeda.

b. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Sumber ini berupa literatur yang berkaitan dengan strategi penjualan dan transaksi jual-beli, antara lain:

1. Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 27/DSN-MUI/III/2002 tanggal 28 Maret 2002 tentang *Ijārah Muntahiya Bittamlīk*.
2. Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 4 April 2000 tentang *Istiṣnā'*.
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
4. Buku Fiqh Muamalah
5. Buku Syariah *Marketing*
6. Buku Perbankan Syariah
7. Website Multazam Islamic Residence

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data, diantaranya:

a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara.[18] Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada 3 *marketer* dan 1 admin Perumahan Multazam Islamic Residence, yaitu:

1. Dani Ari Setiawan (*marketer*) karena beliau memiliki banyak informasi tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence, namun tidak banyak waktu yang diberikan untuk wawancara.
2. Agil Prastiaji (*marketer*) karena beliau memiliki banyak informasi tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dan *marketer* yang bersedia meluangkan banyak waktunya untuk diwawancarai.
3. Zendy Rizky Abadi (*marketing manager)* karena beliau merupakan pimpinan dari unit pemasaran yang mana lebih

[18] Ibid., 133.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menguasai tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.

4. Nanik Rahmawati (admin) yang merupakan penerima awal pertanyaan wawancara yang diajukan oleh peneliti karena *marketer* belum bersedia diwawancarai karena sedang *launching* perumahan baru PT. Cahaya Mentari Pratama. Hasil wawancara yang diperoleh yaitu latar belakang Perumahan Multazam Islamic Residence.

Pada sumber primer ini, peneliti juga berkeinginan melakukan wawancara dengan *developer* Perumahan Multazam Islamic Residence namun beliau tidak memiliki waktu luang untuk wawancara dan pembeli Perumahan Multazam Islamic Residence untuk memperkuat informasi yang diberikan oleh *marketer* dalam hal strategi prnjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence. Namun, peneliti tidak diizinkan oleh pihak PT. Cahaya Mentari Pratama karena untuk melindungi privasi dari pembeli. Dari keempat narasumber di atas, data yang diberikan sudah konsisten dan tidak ada yang berbeda.

b. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

biografi, peraturan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain.[19] Dalam penelitian ini data-data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang berhubungan dengan tabel angsuran pembiayaan, syarat-syarat dan ketentuan surat pesanan, desain, denah, dan miniatur Perumahan Multazam Islamic Residence. yang bertujuan untuk mempelajari transaksi jual beli dan bentuk bangunan dari Perumahan Multazam Islamic Residence.

c. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu mengumpulkan data dengan cara memperoleh dari kepustakaan di mana penulis mendapatkan teori-teori dan pendapat ahli serta beberapa buku referensi[20] yang berhubungan dengan strategi penjualan dan transaksi jual-beli.

4. Teknik Pengolahan Data

a. *Organizing,* yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.[21] Peneliti melakukan pengelompokkan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data.

---

[19] Sugiyono, *Metode penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 326.
[20] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial* : *Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*,, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 136.
[21] Ibid., 245.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.[22] Dalam hal ini peneliti akan mengambil data yang akan dianalisis dengan rumusan masalah saja.

c. *Analizing*, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.[23]

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.[24]

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan.[25]

---

[22] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, (Bandung: Alfa Beta, 2008), 243.
[23] Ibid., 246.
[24] Sugiyono, *Metode penelitian Kombinasi (Mixed Methods)...*, 333.
[25] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif...*, 143.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.[26]

Dalam penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan keadaan perumahan Multazam Islamic Residence dan mengungkapkan stategi penjualan yang diterapkan oleh *marketer* dalam meningkatkan penjualan perumahan Multazam Islamic Residence serta akad yang digunakan pada saat jual beli. Kemudian, data-data yang diperoleh, digunakan mengungkapkan strategi penjualan dalam perspektif Islam yang diterapkan oleh *marketer* dalam meningkatkan penjualan perumahan Multazam Islamic Residence dan akad yang digunakan pada saat transaksi jual belinya.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dipaparkan dengan tujuan untuk menjelaskan isi utama kajian skripsi. Dalam penelitian skripsi terdapat beberapa bab dan di dalam setiap bab terdiri dari beberapa subbab. Adapun sistematika pembahasannya adalah:

Bab pertama adalah pendahuluan. Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metodologi penelitian (meliputi, data yang dikumpulkan, sumber

[26] Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 63.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data), dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah landasan teori yang memuat tentang teori strategi penjualan menurut pemasaran perspektif Islam dan teori akad jual beli dalam Islam.

Bab ketiga adalah deskripsi hasil yang meliputi gambaran umum tentang Perumahan Multazam Islamic Residence, deskripsi tentang strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence dan transaksi jual beli yang dilakukan *developer* dengan konsumen.

Bab keempat adalah analisis masalah yang diangkat peneliti dalam penelitian skripsi. Adapun bab ini meliputi strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence dan transaksi jual beli yang dilakukan *developer* dengan konsumen kemudian dianalisis dengan strategi penjualan dan transaksi jual beli perspektif Islam.

Bab kelima adalah bab terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang sebaiknya dilakukan *marketer* dalam melakukan strategi penjualan perumahan dengan konsep islami yang sesuai dengan perspektif Islam dan transaksi jual beli yang dilakukan *developer* dengan konsumen sesuai dengan akad jual beli perspektif Islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id