

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi modern saat ini ditandai dengan semakin pesatnya pertumbuhan pusat-pusat perbelanjaan di berbagai daerah, termasuk di kota Padang. Keberadaan pusat perbelanjaan modern seperti swalayan, supermarket, maupun minimarket telah mengubah pola konsumsi masyarakat yang semula berbelanja di pasar tradisional menjadi lebih banyak berbelanja di pusat ritel modern. Perubahan tersebut bukan hanya berkaitan dengan aspek kemudahan dan kenyamanan konsumen dalam memperoleh barang kebutuhan, tetapi juga membuka peluang bisnis baru bagi pengelola swalayan dan produsen atau distributor produk. Salah satu peluang bisnis tersebut adalah praktik penyewaan ruang *display* atau rak pajangan produk. (Kotler & Keller, 2016:45).

Aciak Mart adalah salah satu minimarket modern yang didirikan di Kota Padang, Sumatera Barat pada tahun 2011 oleh Amril Amin, yaitu seorang pengusaha lokal dan juga wakil ketua DPRD Kota Padang. Nama Aciak Mart sendiri diambil dari nama panggilan beliau Amril Amin. Awalnya, AciakMart didirikan dengan berkolaborasi dengan SMAN 6 Padang angkatan 88 outlet pertamanya berada di kawasan Teluk Bayur. Lalu dengan ambisi dan kegigihan dari bapak Amril Amin, memperluas jaringan atau relasi dan bekerja sama dengan beberapa teman dekat. Setelah itu Aciak Mart perlahan pindah ke wilayah Pengambiran, setelah dari pengambiran baru Aciak Mart mulai berkembang dengan membuka cabang barunya seperti di daerah Mata Air Seberang Padang, Sungai Sapih, Tunggul Hitam, Lubuk Minturun, Unand, Maransi, Grand Aciak Mart By Pass, Belimbing, Proklamasi, Tabing, dan yang terakhir di wilayah Gadut. Perkembangan Aciak Mart ini berkembang dalam kurun waktu dari 2011 hingga 2023. Minimarket ini kemudian berkembang pesat dan menjadi salah satu minimarket favorit masyarakat Kota Padang. Saat ini Aciak Mart memiliki 14 cabang di seluruh Kota Padang.

Beberapa factor yang menyebabkan Aciak Mart menjadi populer di Kota Padang adalah harganya yang kompetitif, Aciak Mart dikenal dengan harga barang yang lebih murah dibandingkan dengan minimarket lain, hal ini menjadi daya tarik utama bagi para pelanggan.

Produk Sari Roti merupakan salah satu produk makanan kemasan yang termasuk dalam kategori *fast moving consumer goods (FMCG)*, yaitu barang konsumsi dengan tingkat perputaran penjualan yang relatif tinggi di pasaran. Produk ini diproduksi oleh perusahaan PT Nippon Indosari Corpindo Tbk, yang dikenal sebagai salah satu produsen roti terbesar di Indonesia dengan jaringan distribusi yang luas dan terintegrasi. Sari Roti hadir dalam berbagai varian, seperti roti tawar putih, roti gandum, roti isi dengan berbagai rasa (cokelat, keju, stroberi, dan lainnya), serta roti sandwich yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai segmen. Keunggulan utama produk ini terletak pada kepraktisannya karena dapat langsung dikonsumsi tanpa perlu pengolahan tambahan, serta dikemas secara higienis menggunakan teknologi modern sehingga kualitas dan kebersihannya tetap terjaga. Selain itu, produk Sari Roti memiliki masa kadaluwarsa yang relatif singkat dibandingkan produk non-makanan, sehingga memerlukan sistem distribusi dan penataan yang efisien agar tetap layak konsumsi saat sampai ke tangan konsumen (Assauri, 2018). Dalam konteks pemasaran di ritel modern maupun tradisional, keberadaan produk Sari Roti sangat bergantung pada strategi penempatan *display* yang tepat, karena visibilitas produk di dalam toko sangat memengaruhi minat beli konsumen (Tjiptono, 2019). Oleh karena itu, penempatan produk pada lokasi yang strategis, seperti rak khusus atau area yang mudah dijangkau, menjadi faktor penting dalam meningkatkan penjualan. Kondisi ini menjadikan produk Sari Roti relevan untuk dikaji dalam penelitian mengenai penyewaan ruang *display*, karena dalam praktiknya sering terdapat kerja sama antara pihak produsen atau distributor dengan pihak pengelola toko terkait penggunaan ruang tertentu

untuk menampilkan produk. Kerja sama tersebut dapat dianalisis lebih lanjut dalam perspektif ekonomi syariah, khususnya melalui konsep akad *ijarah* (sewa menyewa), untuk menilai kesesuaian mekanisme yang dilakukan dengan prinsip-prinsip fiqh muamalah (Antonio, 2001). Dengan demikian, produk Sari Roti tidak hanya berfungsi sebagai objek komersial, tetapi juga sebagai objek kajian yang mampu memberikan gambaran nyata mengenai praktik penyewaan ruang *display* dalam dunia ritel.

Dalam perspektif hukum Islam, praktik penyediaan ruang *display*¹ di Aciak Mart dapat dikaji melalui konsep akad *ijarah*. Secara bahasa, *ijarah* berasal dari kata *al-ajru* yang berarti imbalan atau upah. Secara istilah, *ijarah* adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) suatu barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu dengan pembayaran upah atau sewa (*ujrah*), tanpa adanya perpindahan kepemilikan barang tersebut. Dengan demikian, akad *ijarah* berbeda dengan jual beli, karena objek yang disewakan bukanlah barang, melainkan manfaat dari barang tersebut (Siregar, 2024:45). Dalam konteks penyewaan *display*, pihak Aciak Mart bertindak sebagai *mu'jir* (pemberi sewa), sedangkan produsen atau distributor bertindak sebagai *musta'jir* (penyewa). Objek sewa adalah manfaat berupa tempat yang dimanfaatkan untuk memasarkan produk makanan yaitu Sari Roti. Agar akad *ijarah* dinyatakan sah menurut syariat, terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi, antara lain kejelasan manfaat, durasi sewa, serta adanya kerelaan dari kedua belah pihak (*an-taradin minkum*).

Dasar hukum *ijarah* dapat ditemukan dalam Al-qur'an, Hadis, dan *Ijma'*.

Dalam Al-qur'an, Allah berfirman dalam QS. At-Talaq ayat 6:

أَسْكِنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ وَلَا تَضَارُّوهُنَّ لِيُتَصَدَّقُوا عَلَيْهِنَّ وَإِنْ كُنَّ أُولَاتِ حَمْلٍ فَأَنْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّى يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّ فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَاتُّوهُنَّ أَجُورَهُنَّ وَأْتَمِرُوا بَيْنَكُمْ

¹ Ruang *display* adalah area di dalam toko atau tempat usaha yang secara khusus ditata untuk memajang produk, dekorasi, dan informasi visual lainnya dengan tujuan utama menarik perhatian pelanggan, memudahkan mereka memilih dan membeli, serta memperindah suasana toko untuk meningkatkan penjualan.

بِمَعْرُوفٍ وَإِنْ تَعَاَسَرْتُمْ فَسْتَزِجْ لَهُ أُخْرَى ٦

Artinya: Tempatkanlah mereka (para istri yang dicerai) di mana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. Jika mereka (para istri yang dicerai) itu sedang hamil, maka berikanlah kepada mereka nafkahnya sampai mereka melahirkan, kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)-mu maka berikanlah imbalannya kepada mereka; dan musyawarahkanlah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik; dan jika kamu sama-sama menemui kesulitan (dalam hal penyusuan), maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya.

Menurut hukum ekonomi syariah, *ijarah* dibolehkan selama memenuhi syarat dan rukunnya, yaitu adanya imbalan yang disepakati. Dalam konteks kerja sama Aciak Mart dengan produk manakan Sari Roti kerja sama ini membawa manfaat timbal balik bagi Aciak Mart, Aciak Mart tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga sebagai ruang strategis yang memiliki nilai ekonomi melalui penyewaan *display* produk kepada produsen atau distributor. Dalam konteks ini, ruang *display* tidak lagi sekedar sarana penataan barang, melainkan menjadi bagian dari strategi pemasaran yang berperan penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk di mata konsumen. Selain itu, kerja sama antara pihak Aciak Mart dan produk Sari Roti melibatkan hubungan hukum berupa kesepakatan yang mengandung unsur akad, sehingga perlu dikaji lebih lanjut dari perspektif hukum ekonomi syariah, khususnya konsep *ijarah*.

Penelitian ini menjadi penting karena berdasarkan hasil observasi awal, terdapat dugaan bahwa pelaksanaan kerja sama penyewaan ruang *display* antara PT Nippon Indosari Corpindo Tbk. dengan Aciak Mart belum sepenuhnya berjalan sesuai dengan ketentuan yang disepakati dalam kontrak kerja sama. Dugaan tersebut muncul karena terdapat indikasi bahwa pengisian stok produk pada rak *display* terkadang mengalami keterlambatan sehingga ketersediaan stok pada area *display* belum selalu terpenuhi secara optimal. Selain itu, kebersihan area *display* juga diduga belum selalu terjaga. Namun, kondisi tersebut masih merupakan dugaan awal yang memerlukan

pembuktian lebih lanjut melalui penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi bagaimana mekanisme kerja sama penyewaan ruang *display* produk sari roti di Aciak Mart Kota Padang serta menganalisis kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip akad *ijarah* dalam hukum ekonomi syariah.

Berdasarkan permasalahan di atas peneliti tertarik untuk membahas lebih dalam bentuk karya ilmiah dengan judul ***"PERSPEKTIF IJARAH TERHADAP PENYEWAAN RUANG DISPLAY PRODUK SARI ROTI DI ACIAK MART KOTA PADANG"***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti paparkan sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan persoalan pokok adalah konsep *ijarah* dalam praktik penyewaan ruang *display* produk Sari Roti di Aciak Mart Kota Padang.

1.3 Pertanyaan Penelitian

- 1.3.1 Bagaimana latar belakang penyewaan ruang *display* produk Sari Roti di Aciak Mart Kota Padang?
- 1.3.2 Bagaimana mekanisme penyewaan ruang *display* produk Sari Roti di Aciak Mart Kota Padang?
- 1.3.3 Bagaimana tinjauan *ijarah* terhadap mekanisme pelaksanaan penyewaan serta ketentuan kontrak ruang *display* produk Sari Roti di Aciak Mart Kota Padang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1 Untuk mendeskripsikan latar belakang penyewaan ruang *display* produk Sari Roti di Aciak Mart Kota Padang.
- 1.4.2 Untuk menjelaskan mekanisme penyewaan ruang *display* produk Sari Roti di Aciak Mart Kota Padang.

- 1.4.3 Untuk menjelaskan tinjauan *ijarah* terhadap mekanisme pelaksanaan penyewaan ruang *display* produk Sari Roti di Aciak Mart Kota Padang.

1.5 Signifikasi Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dan akan diperoleh dengan adanya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1.5.1 Diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu hukum ekonomi syariah, khususnya terkait penerapan konsep *ijarah* dalam praktik penyewaan ruang *display* dipusat perbelanjaan modern.
- 1.5.2 Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Aciak Mart dalam mengelola praktik penyewaan ruang *display* agar sesuai dengan prinsip syariah, serta memberikan pemahaman kepada pelaku usaha mengenai akad yang sah menurut hukum Islam.

1.6 Studi Literatur

Untuk mendukung penelitian ini, diperlukan penelitian-penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan kerjasama atau *ijarah*. Berdasarkan pengamatan penulis, topik yang penulis angkat telah dibahas oleh penulis sebelumnya dengan permasalahan yang berbeda. Penulis melakukan telaah pustaka terhadap beberapa karya tulis ilmiah, diantaranya:

- 1.6.1 Skripsi yang ditulis oleh Nurul Badriyah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang berjudul "*Pelaksanaan Akad Ijarah Pada Pembiayaan Pendidikan Di Bmt Masjid Al-Azhar Kc Tangerang Dihubungkan Dengan Fatwa Dsn No.44/Dsn Mui/Viii/2004*" (Badriyah 2019, 1). Permasalahan yang diteliti pada skripsi tersebut adalah bagaimana pelaksanaan akad *ijarah* pada pembiayaan pendidikan di BMT Masjid Al-Azhar KC Tangerang dan sejauh mana praktik tersebut dihubungkan atau sesuai dengan

Fatwa DSN No. 44/DSN-MUI/VIII/2004. Inti dari penelitian ini adalah mengkaji kesesuaian antara praktik pembiayaan pendidikan yang menggunakan akad *ijarah* dengan landasan hukum syariah yang telah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

Dari penjelasan di atas ditemukan bahwa Persamaan kedua penelitian ini adalah sama-sama mengkaji akad *ijarah*, namun perbedaannya terletak pada objek kajiannya: satu penelitian mengkaji penerapannya pada pembiayaan jasa (pendidikan) di lembaga keuangan syariah, sedangkan penelitian yang penulis lakukan mengkaji praktiknya pada penyewaan barang (*ruang display*) di sebuah swalayan.

- 1.6.2 Skripsi yang ditulis oleh Gilang Kharisma Putra Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang yang berjudul "*Tinjauan Konsep Al-Maisir Terhadap Praktik Undian Kupon Berhadiah Di Aciak Mart Kota Padang*" (Putra 2025, 1). Permasalahan pada skripsi tersebut adalah adanya keraguan mengenai kehalalan praktik undian kupon berhadiah di Aciak Mart yang mensyaratkan pembelian minimal Rp100.000, sehingga perlu di analisis apakah mekanisme tersebut mengandung unsur *al-maisir* (judi) atau masih sesuai dengan ketentuan Hukum Ekonomi Syariah.

Dari penjelasan di atas ditemukan bahwa persamaan kedua penelitian tersebut adalah sama-sama dilakukan di Aciak Mart Kota Padang, menggunakan metode penelitian lapangan, serta dikaji melalui perspektif Hukum Ekonomi Syariah, namun perbedaannya peneliti tersebut berfokus pada analisis praktik undian kupon berhadiah berdasarkan konsep *al-maisir*, sedangkan penelitian ini berfokus pada mekanisme penyewaan *ruang display* produk Sari Roti dan menganalisis kesesuaiannya dengan akad *ijarah* dalam Hukum Ekonomi Syariah.

1.6.3 Jurnal yang ditulis oleh Rosita Tehuayo Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Ambon yang berjudul "*Sewa Menyewa (ijarah) dalam Sitem Perbankan Syariah*" (Tehuayo 2018, 86). Dalam penelitian ini Rosita mengkaji masalah tentang transaksi sewa menyewa di perbankan konvensional yang tidak ada pengalihan hak properti yang berarti bahwa jika masa sewa berakhir barang tersebut akan kembali kepada pemilik penyewaan.

Berdasarkan penjelasan di atas ditemukan bahwa, penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu tentang konsep *Ijarah*. Namun, penelitian ini memiliki perbedaan pada objek pembahasannya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rosita Tehuayo objek penelitiannya adalah sewa menyewa dalam sistem perbankan syariah, sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah penyewaan ruang *display* produk sari roti di Aciak Mart Kota Padang.

1.6.4 Jurnal yang ditulis oleh Nadhira Wahyu Adityarani dan Lanang Sakti Dosen Prodi S1 Hukum Universitas Bumigora yang berjudul "*Tinjauan Hukum Penerapan Akad Ijarah dan Inovasi dari Akad Ijarah dalam Perkembangan Ekonomi Syariah Indonesia*" (Adityarani, Sakti 2020, 40). Permasalahan yang diteliti oleh penulis jurnal ini adalah bagaimana tinjauan hukum penerapan akad *ijarah* dan inovasi dari akad *ijarah* dalam perkembangan ekonomi syariah di Indonesia.

Berdasarkan penjelasan di atas ditemukan bahwa, penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu tentang konsep *Ijarah*. Namun, penelitian ini memiliki perbedaan pada objek pembahasannya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nadhira Wahyu Adityarani dan Lanang Sakti objek penelitiannya adalah mengkaji penerapan prinsip *ijarah* dalam sistem pasar modal syariah, seperti yang terlihat pada produk sukuk atau obligasi

syariah, sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah penyewaan ruang *display* produk sari roti di Aciak Mart Kota Padang.

- 1.6.5 Jurnal yang ditulis oleh Ahmad Syaichoni Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulangagung Jawa Timur yang berjudul "*Ijarah Mushufah Fi Al-Dzimmah dalam Kajian Muamalah Kontemporer*" (Syaichoni 2020, 1). Permasalahan yang diteliti adalah bagaimana akad *ijarah maushufah fi al-dzimmah* ditinjau dalam perspektif *muamalah* kontemporer.

Dari penjelasan di atas ditemukan bahwa penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama mengkaji akad *Ijarah*. Sedangkan perbedaan antara kedua penelitian tersebut adalah penelitian tentang Aciak Mart merupakan studi kasus lapangan yang mengkaji praktik nyata penyewaan ruang *display*, sedangkan penelitian tentang *Ijarah Maushufah fi al-Dzimmah* adalah kajian teoretis dan konseptual terhadap pengembangan akad *ijarah* dalam konteks *muamalah* kontemporer.

1.7 Kerangka Teori

1.7.1 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan pemasaran yang meliputi penentuan segmentasi pasar, pasar sasaran, dan posisi pasar (STP), serta pengelolaan bauran pemasaran untuk menciptakan nilai bagi konsumen dan mencapai tujuan perusahaan. Dalam konteks ritel, salah satu implementasi penting dari strategi pemasaran adalah penggunaan ruang *display* produk. Ruang *display* berfungsi sebagai media komunikasi pemasaran di titik penjualan yang mampu memengaruhi persepsi, minat, dan keputusan pembelian konsumen. Penataan *display* yang sesuai dengan karakteristik pasar sasaran dapat memperkuat positioning produk dan membantu perusahaan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen secara efektif (Tjiptono, 2020).

Penggunaan ruang *display* produk juga berkaitan erat dengan tujuan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan daya saing perusahaan. *Display* yang dikelola secara strategis mampu menarik perhatian konsumen, meningkatkan intensitas interaksi dengan produk, serta mendorong pembelian. Oleh karena itu, pengelolaan ruang *display* harus didasarkan pada analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan agar tetap relevan dengan kondisi pasar yang dinamis. Dengan demikian, ruang *display* produk tidak hanya berfungsi sebagai sarana penataan barang, tetapi juga sebagai bagian integral dari strategi pemasaran dalam mencapai kondisi pasar yang diinginkan (Utami, 2018; Kotler, 2021).

1.7.2 Pengertian *Ijarah* dan Rukun *Ijarah*

Pengertian *Ijarah Ijarah* berasal dari kata *al-ajru* yang berarti al-'iwad atau upah, sewa, jasa atau imbalan. Ulama Malikiyah menyatakan bahwa *ijarah* merupakan akad dalam pemberian hak milik atas barang yang mubah untuk diambil manfaatnya. Sehingga *ijarah* disebut pula dengan jual beli manfaat barang atau jasa. Jadi selama transaksi *ijarah* masih berlaku dan sah, *mustajir* (penyewa) memiliki hak atas manfaat, dan *mu'jir* (yang menyewakan) memiliki hak atas upah dikarenakan *ijarah* adalah transaksi pertukaran (Zuhaili, 2011: 389). *Ijarah* termasuk salah satu bentuk muamalah yang dibolehkan dalam Islam karena mengandung unsur tolong-menolong dan memberikan kemaslahatan bagi kedua belah pihak, baik pemberi sewa maupun penyewa. Yusuf qardhawi juga menegaskan bahwa selama akad *ijarah* dilakukan secara adil, transparan, dan tidak mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), maka praktik tersebut sah dan sesuai dengan prinsip syariah (Qardhawi, 2001: 77)

Adapun yang menjadi rukun *ijarah* menurut Hanafiah adalah *ijab* dan *qabul* Sedangkan menurut mayoritas ulama, ada empat rukum *ijarah* , yaitu dua pelaku *akad* (pemilik sewa dan penyewa), *sighat* (*ijab* dan *qabul*), upah dan manfaat barang. Berikut syarat sah *ijarah* menurut Wahbah az-Zuhaili: Kerelaan kedua pelaku akad, Objek akad (manfaat) diketahui dengan jelas

oleh kedua belah pihak, dapat diserahkan baik secara nyata (*hakiki*) maupun syara, dan merupakan hal yang dibolehkan syara, Pekerjaan yang ditugaskan bukanlah kewajiban bagi penyewa sebelum akad *ijarah*, seperti shalat, puasa, haji dan lain sebagainya, Orang yang disewa tidak boleh mengambil manfaat dari pekerjaannya, seperti mengambil tepung sebagai bentuk upah dari penggilingan gandum, Manfaat dari akad itu harus dimaksudkan dan bisa dicapai melalui akad *ijarah*, seperti tidak boleh menyewa pohon untuk menjemur pakaian atau untuk berteduh, karena hal itu tidak dimaksudkan dari kegunaan pohon tersebut (az-Zuhaili 2011, 389-408).

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini juga sering disebut penelitian hukum empiris dimana penelitian didasarkan atas data primer, yaitu data yang bersumber langsung dari penyewa ruang *display* di Aciak Mart Kota Padang. Berdasarkan cara mendapatkan data, penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu pada lokasi dimana objek atau fenomena yang diteliti berlangsung. Penulis melakukan penelitian langsung di Aciak Mart Kota Padang, untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penyewaan ruang *display* produk sari roti di Aciak Mart Kota Padang, sehingga hasil penelitian mencerminkan keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti (Sugiyono, 2016: 101).

1.8.2 Informan Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi informan adalah HRD di Aciak Mart Kota Padang sebagai *mu'ajir* dan MD (*merchandiser*) dari pihak PT Nippon Indosari Corpindo Tbk. (Sari roti) sebagai *musta'jir*. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa teknik ini sering digunakan karena praktis dan cepat, terutama jumlah populasi yang relevan dengan penelitian cukup kecil, *purposive sampling* merupakan teknik yang metode pemilihan instrumen dilakukan secara sengaja, dengan memilih subjek atau unit yang dianggap

memiliki informasi yang relevan dan dapat memberikan data yang diinginkan dan pada teknik ini yang menjadi target *sample* adalah manager di Aciak Mart. Dalam *purposive sampling*, peneliti menggunakan penilaian atau pertimbangannya sendiri dalam menentukan *sample* yang paling sesuai untuk tujuan penelitian (Sugiyono, 2016: 101-105).

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan digunakan teknik pengumpulan data dengan beberapa cara. *Pertama*, observasi yaitu suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung. Hal ini bertujuan untuk memperoleh hasil yang akurat karena peneliti dapat menyaksikan, memahami, serta memperhatikan objek dari dekat. Dalam hal ini peneliti langsung terjun ke lokasi, mengamati dengan baik bagaimana praktik penyewaan ruang *display* produk Sari Roti di Aciak Mart Kota Padang. *Kedua*, wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berinteraksi, bertanya dan mendengarkan apa yang disampaikan secara lisan oleh responden atau partisipan. Wawancara ini dilakukan secara terstruktur menanyakan apa saja yang dianggap penting sehingga dapat menemukan data yang diperlukan. *Ketiga*, dokumentasi adalah semua yang berkaitan dengan foto, penyimpanan dan pengumpulan informasi dalam bidang pengetahuan. Teknik dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan data dari media, sumber ini terdiri dari dokumen berupa kontrak kerja sama dan foto ruang *display* serta rekaman.

1.8.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik analisis data yaitu suatu proses mengolah data menjadi informasi baru. Proses ini dilakukan bertujuan agar karakteristik data menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna sebagai solusi bagi suatu permasalahan, khususnya yang berkaitan dengan penelitian. Analisis data yang dipakai adalah analisis deskriptif kualitatif. Tahapan prosedural untuk melakukan analisis data kualitatif sebagai berikut:

Pertama, pengumpulan data (*data collection*). Data dikumpulkan

dengan berbagai teknik pengumpulan sesuai dengan karakteristik data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan sebagainya (Sugiyono, 2016: 101).

Kedua, reduksi data (*data reduction*). Setelah data terkumpul dilakukan pemilahan data, membuat tema-tema, mengategorikan, memfokuskan data sesuai bidangnya, membuang, menyusun data dalam satu cara dan membuat rangkuman-rangkuman dalam satuan analisis, setelah itu baru pemeriksaan data kembali dan mengelompokkannya sesuai dengan masalah yang diteliti (Sugiyono, 2016: 101).

Ketiga, penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion and verification*). Tahap ini bertujuan untuk menemukan makna data yang telah direduksi dan dipaparkan dengan cara mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Kesimpulan yang diambil pada tahap awal masih bersifat sementara, sambil menemukan bukti-bukti sudah cukup kuat, maka kesimpulan bersifat kredibel. Sebagai tahap akhir dari proses analisis data adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data (verifikasi) yang didasarkan atas kriteria-kriteria tertentu. Tujuan pokoknya adalah memastikan bahwa kesimpulan yang diambil sudah sah (Sugiyono, 2016: 101).