

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manajemen sumber daya manusia merupakan salah satu bidang umum yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Sumber daya manusia diduga paling penting fungsinya dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Pentingnya sumber daya manusia itu, menyebabkan adanya kewajiban atas setiap organisasi atau perusahaan untuk senantiasa mengontrol partisipasinya dalam perjalanannya mencapai tujuan. Salah satu kontrolnya adalah memberikan insentif pada karyawan-karyawan.¹

Ada banyak cara bagi karyawan di bidang distribusi, dalam hal ini adalah salesman, untuk meningkatkan *volume* penjualannya, salah satunya adalah dengan meningkatkan kunjungan penjualan/*sales call* dan mengkonversi tiap kunjungan semaksimal mungkin menjadi kunjungan efektif/*effective call*. *Call* dan *Effective call* adalah pondasi bagi sebuah perusahaan yang bergerak dibidang distribusi, penjualan dan pemasaran, Terutama untuk produk-produk yang bersifat konsumen (*consumer product*) Pengertian dari *Sales Call*, bisa jadi setiap perusahaan memiliki definisi tersendiri, yang memang disesuaikan dengan jenis industri dan teknik *covering* mereka.

¹ Baharudin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*, (t.tt: t.tp, t.th), hlm 42.

Namun secara umum pengertian dari aktivitas ini memiliki banyak kesamaan. Pengertian *call* atau *sales call* adalah kunjungan seorang salesman ke titik penjualan atau saluran keluaran/saluran distribusi atau *outlet* yang berfungsi sebagai grosir atau retail dan berbentuk aneka *outlet* di sektor modern maupun tradisional. Sedangkan pengertian *effective call* adalah kunjungan penjualan atau *sales call* tersebut di atas efektif sesuai atau mencapai tujuannya, yaitu terjadi transaksi penjualan. Elemen kunjungan ini adalah bagian dari manajemen teritorial/*sales territory management/time and territory management*. Sebuah manajemen untuk mengelola sebuah area pemasaran, distribusi dan penjualan agar *target dan pencapaian* bidang pemasaran, distribusi dan penjualan bisa maksimal dengan tujuan untuk memperoleh insentif atau bonus yang sudah di janjikan oleh perusahaan.²

Sebagaimana PT. Artaboga Cemerlang, yang beroperasi di dalam bidang pendistribusian. Karirnya dimulai sejak tahun 1985. Di dalam praktiknya, PT. Artaboga Cemerlang menerapkan kebijakan insentif kepada seluruh karyawan bagian *operasional* dan *non operasional*. Hal itu, dimaksudkan sebagai dasar atas kerjasama yang dijalin antar karyawan untuk mencapai satu tujuan dan perangsang kinerja karyawannya. Pemberian insentif itu, bakal membawa dampak positif bagi perkembangan potensi karyawan, sekaligus perusahaan. Sebagai makhluk homo *economicus*, manusia selalu melakukan kegiatan

² Agus octa, "Meningkatkan *Sales Call* Dan *Effective Call*", <https://distribusipemasaran.com/5-langkah-meningkatkan-penjualan-dengan-sales-call-dan-effective-call/>, "diakses pada" 1 september 2021

ekonomi secara efisien yaitu berusaha untuk mencapai hasil yang sebanyak mungkin dengan pengorbanan yang sekecil mungkin.³

Namun sistem dan program insentif ini harus jelas dan diketahui oleh semua karyawan. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan tanggung jawab dan dorongan kepada karyawan guna meningkatkan produktivitas dan kinerjanya. Sistem pemberian insentif berdasarkan jumlah *output* yang dihasilkan, berdasarkan bonus produksi, komisi, pengalaman kerjanya dan lain-lain. Penyelenggaraan program ini agar diselenggarakan secara berkesinambungan, namun besarnya insentif tetap harus disesuaikan dengan perkembangan dan kemampuan perusahaan. Dengan adanya pemberian insentif yang tepat serta cara kerja yang baik sehingga ke depannya proses kerja organisasi dapat berjalan sesuai tujuan organisasi.⁴

Hasibuan mengatakan pemberian insentif bertujuan untuk mengarahkan dan menggerakkan daya dan potensi karyawan agar mau bekerja giat dan antusias dalam mencapai hasil kerja yang optimal, demi mewujudkan tujuan yang telah ditentukan. Adanya insentif yang memberikan bayaran berdasarkan prestasi kerja, akan mempertinggi motivasi kerja karyawan di dalam usaha pencapaian yang telah ditetapkan.⁵

³ Wazin, *Prinsip-Prinsip Murabahah dalam Pembiayaan Konsumen*, (Studi Kasus Jual-Beli Kredit Motor Pada Perusahaan Pembiayaan), (Banten: FTK Banten, t.th)

⁴ Suparno Eko Widodo, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 167.

⁵ Hasbun Melayu, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm. 2.

Pengaturan insentif harus ditetapkan dengan cermat dan tepat serta harus dikaitkan secara erat dengan tujuan-tujuan perusahaan yang bersangkutan. Jumlah insentif yang diberikan kepada seseorang harus dihubungkan dengan jumlah atau apa yang telah dicapai selama periode tertentu, sesuai dengan rumus pembagian yang telah diketahui semua pihak secara nyata. Rumus pembagian insentif ditetapkan secara adil sehingga dapat mendorong meningkatkan lebih banyak keluaran (*output*) kerja dan meningkatkan keinginan kuat untuk mencapai tambahan penghasilan serta dapat menguntungkan semua pihak.⁶

Sudah barang tentu, pemberian insentif didasarkan atas daya kemampuan PT. Artaboga Cemerlang itu sendiri. Di sudut lainnya, pemberian insentif itu harus memperhatikan persesuaiannya dengan prinsip administrasi kepegawaian, yaitu pemberian jasa harus berkiblat pada hasil kerja atau prestasi yang sudah dicapai serta pemenuhan tanggung jawab seluruh karyawan dari regulasi PT. Arta Boga Cemerlang. Dari pemetaan di atas, penulis tertarik untuk mendalami penelitian: “Rekayasa Order Untuk Mendapatkan Insentif Bonus Karyawan PT. Artaboga Cemerlang Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”.

B. Definisi Operasional

Supaya tidak terjadi kesalahpahaman pemaknaan pembaca atas judul skripsi yang penulis angkat, maka sangat perlu bagi penulis untuk mengadakan *breakdown* pada beberapa istilah yang terkait, yaitu “Rekayasa Order untuk Mendapatkan Insentif Bonus Karyawan PT. Artaboga Cemerlang Perspektif

⁶ Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 78.

Hukum Ekonomi Syariah”. Adapun penjelasan penulis tentang beberapa istilah terkait judul skripsi itu, sebagai berikut:

1. Rekayasa Order

Rekayasa order merupakan pemikiran ulang secara fundamental serta perancangan ulang secara radikal atas proses-proses bisnis untuk memperoleh revisi dramatis di dalam perihal ukuran- ukuran kinerja yang berarti serta kontemporer, seperti bayaran, mutu, pelayanan, serta kecepatan.⁷

2. Insentif Bonus

Insentif ialah balas jasa yang diberikan oleh industri yang bisa dinilai dengan uang serta berdekadensi diberikan secara konstan. Insentif dimaksud selaku wujud pembayaran yang terpaut dengan kinerja serta *gain sharing*, selaku pembagian keuntungan untuk karyawan akibat kenaikan produktivitas ataupun penghematan biaya.⁸

3. Karyawan

Karyawan merupakan penjual jasa (benak serta tenaganya) serta menemukan kompensasi yang besarnya sudah diresmikan terlebih dahulu.⁹

4. PT. Artaboga Cemerlang

Semenjak tahun 1985 PT. Artaboga Cemerlang mengawali perjalanannya di bidang distribusi. Artaboga Cemerlang mempunyai jaringan distribusi serta logistik, baik di kota besar ataupun kota kecil di

⁷ Hammer, *Renginerig the corporation: A Manifesto For Busines Revolutio*, (t.tt: t.tp, 1993)

⁸ Baharudin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*, (t.tt: t.tp, t.th), hlm 253.

⁹ Hasbun Melayu, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, hlm 2.

Indonesia. Pemasarannya meliputi bermacam- macam jenis produk, mulai dari produk dengan siklus hidup pendek yang memerlukan pengawasan lingkungan, hingga ke produk inovatif yang memerlukan proses penindakan spesial.

Regu distribusi Artaboga Cemerlang, dibagi dalam 3 divisi pemasaran, ialah divisi *Food and Confectionaries* (FC) yang menjual produk santapan ringan (Wafer Tango), divisi *Personal Care* (PC) yang menjual produk non santapan semacam Baterai ABC Carbon Zing, ABC Alkaline, Gosok Gigi “Resep” serta divisi *Sweet Water Plus* (SW+) yang menjual produk minuman semacam Teh Gelas, Kratingdaeng, Kiranti. PT. Artaboga Cemerlang menguatkan jaringannya di pasar tradisional serta pasar modern, seperti *Mini Market* serta *Hyper Market*.¹⁰

5. Hukum Ekonomi Syariah

Hukum Ekonomi Syariah merupakan ilmu tentang hukum-hukum ketentuan aplikasi yang diambil dari dalil-dalil serta menekuni sikap muamalah warga Islam yang cocok dengan *nash* al-Qur’an, dalam kehidupan manusia untuk mencari rida Allah SWT.¹¹

C. Identifikasi dan Batasan Masalah.

Dari uraian latar belakang, penulis mendapat beberapa masalah yang perlu untuk diidentifikasi, yaitu:

¹⁰Artaboga Cemerlang, “PT Artaboga Cemerlang”, <https://ot.id/arta-boga-cemerlang> diakses pada 13 Agustus 2021.

¹¹ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana 2012), Cet 1, hlm. 27.

1. Adanya indikasi rekayasa order yang dilakukan karyawan PT. Artaboga Cemerlang dengan tujuan memperoleh insentif bonus.
2. Pihak PT. Artaboga Cemerlang dirugikan karyawannya, tentang rekayasa data order.
3. Pihak PT. Artaboga Cemerlang tidak mengetahui adanya kegiatan rekayasa order oleh karyawan. Sehingga malah berpotensi menjadikan dekadensi kinerja karyawan tidak sesuai dengan produktivitas yang sudah dianggit PT. Artaboga Cemerlang.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik rekayasa order yang dilakukan oleh karyawan PT. Artaboga Cemerlang untuk memperoleh insentif bonus?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik rekayasa order yang dilakukan oleh karyawan PT. Artaboga Cemerlang?

E. Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui praktik rekayasa order yang dipraktikkan oleh karyawan PT. Artaboga Cemerlang untuk memperoleh insentif bonus.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik rekayasa order yang dilakukan oleh karyawan PT. Artaboga Cemerlang.

F. Kegunaan Penulisan

Dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Segi Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mozaik ilmu pengetahuan, khususnya ilmu Hukum Ekonomi Syariah, dalam maknanya membangun,

menguatkan, menyempurnakan kelengkapan kajian yang telah terdapat. Penelitian ini pula diharapkan sanggup membagikan data serta tingkatan pengetahuan khususnya menimpa kebijakan regulasi, sistem, dan pelaksanaan program sehingga karyawan PT. Artaboga Cemerlang atau perusahaan lainnya, mampu memperoleh insentif bonus.

2. Segi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pelaksanaan ilmu manusia, khususnya Hukum Ekonomi Syariah di sepanjang sektor cakupannya atau masyarakat umum, seperti hal:

a. Bagi Penulis

Bagi penulis penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan, sekaligus memperbarui kualitas ilmu yang sudah diberikan para dosen-dosen UNU Sunan Giri Bojonegoro, khususnya di dalam Fakultas Hukum Ekonomi Syariah.

b. Bagi Praktisi

Bagi praktisi dapat difungsikan sebagai bahan referensi serta evaluasi dalam memahami-meningkatkan kebijakan penetapan insentif bonus, khususnya pemberlakuan pada karyawan PT. Artaboga Cemerlang. Umumnya pada perusahaan-perusahaan lainnya.

c. Bagi Akademisi

Bagi Akademisi hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta literatur mahasiswa mengenai bidang Hukum Ekonomi Syariah.

d. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan masyarakat mengenai praktik penetapan insentif bonus PT. Artaboga Cemerlang.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu atau telaah pustaka menjelaskan hasil penelitian sebelumnya baik yang dibukukan maupun tidak dan yang diterbitkan maupun tidak dipublikasikan via daring oleh penulis yang bersangkutan. Maksud dan tujuan telaah pustaka adalah untuk menghindari plagiarisme. Dalam rangka penulisan penelitian tentang “Rekayasa Order untuk Mendapatkan Insentif Bonus Karyawan PT. Artaboga Cemerlang Perspektif Hukum Ekonomi Islam”. Maka penulis akan menelaah pustaka-pustaka yang berelevansi dengan permasalahan tersebut, antara lain:

1. Skripsi Adi Sakti berjudul “Orderan Fiktif Ojek Online Ditinjau dari Prinsip Bisnis Islam (Studi Kasus *Driver* Grab 15A Kota Metro)”. Skripsi itu sudah diujikan pada tahun 2019 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana mekanisme orderan fiktif yang dilakukan oleh *driver* ojek online Grab dan mengetahui kejelasan akadnya bila terindikasi kecurangan.¹² Metode penelitiannya memfungsikan metode deskriptif kualitatif dengan memakai metode pengumpulan informasi: observasi, wawancara, serta dokumentasi.

Penelitian itu, dilakukan pada *driver* ojek online Grab 15A di Kota Metro.

¹²Adi Sakti, “Orderan Fiktif Ojek Online Ditinjau dari Prinsip Bisnis Islam Studi Kasus “*Driver* Grab 15A Kota Metro”, (Skripsi--Ekonomi Syari’ah, Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019)

Hasil penelitiannya, diperoleh kecurangan yang dilakukan oleh *driver* ojek online Grab 15A di Kota Metro, yaitu melibatkan orang lain bermitra guna memperoleh keuntungan pribadi, seperti, mencapai target yang sudah ditentukan oleh *Developer Grab Application*.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Adi Sakti adalah, Pertama pembahasan orderan fiktif yang digencarkan oleh karyawan tetapi berimbas pada perusahaan yang menaungi. Kedua, metode yang difungsikan adalah Deskriptif Kualitatif, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sementara perbedaannya, adalah persepsi peninjaunya. Skripsi Adi Sakti, meninjau bermediumkan persepsi Prinsip Bisnis Islam. Adapun penelitian yang penulis usung, memfungsikan perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

2. Skripsi Achmad Fathoni Al Chudri dengan judul “Tinjauan Hukum Pidana Islam Terhadap Order Fiktif Pada Driver Grab Indonesia”. Tata cara penelitian yang dicoba dalam penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yang sumber informasinya diperoleh dengan metode observasi, wawancara, serta dokumentasi. Sehabis informasi terkumpul, informasi dianalisis dengan memakai metode analisis deskriptif dengan pola pikir deduktif.¹³

Hasil penelitian ini merumuskan kalau Order fiktif ialah orderan palsu yang terbuat oleh driver online dengan memakai akun palsu buat menipu industri. Dengan memakai 2 ponsel ataupun lebih dengan 2

¹³ Achmad Fathoni Al Chudri, “Tinjauan Hukum Pidana Islam Terhadap Order Fiktif Pada Driver Grab Indonesia” (Skripsi--Hukum Publik Islam, Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019)

aplikasi didalamnya. Order fiktif pula selaku sesuatu tindak kejahatan (*cybercrime*) ialah wujud kejahatan konvensional yang dicoba lewat dunia internet. Kejahatan *cyber* masuk dalam ranah *jarimah ta'zir* karena pada era Rasulullah SAW belum ditemui teknologi internet serta pc ataupun ponsel selaku perlengkapan dalam melaksanakan kejahatan. Hingga tidak terdapat satu ayat maupun hadist yang mengatakan secara jelas menimpa eksistensi kejahatan *cyber* semacam permasalahan order fiktif. Dalam hukum pidana Islam order fiktif yang dicoba driver Grab bisa dikatakan perbuatan penipuan. Bagi Islam, penipuan bisa dikatakan dusta. Sebab dusta merupakan bohong serta dusta ialah perbuatan yang bisa memunculkan kejahatan yang mendesak pada perbuatan dosa yang dicoba bukan sebab terpaksa.

Persamaan penelitian Achmad Fathoni Al Chudri dengan penelitian penulis adalah, jenis penelitiannya; *field research* dan metode penganalisisannya deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya, nampak pada teori yang kami fungsikan, teori Achmad Fathoni Al Churdi adalah *jarimah ta'zir* dan teori penulis adalah *jualah* dan *tadlis*.

3. Penelitian Hafilah Nindya Pangesti, Fakultas Syariah, IAIN Purwokerto tahun 2019 berjudul "Aplikasi Jual Beli Rekayasa buat Menemukan Cashback di Tokopedia Purwokerto Perspektif Hukum Ekonomi Syariah". Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dan pendekatan kualitatif. Pengumpulan informasinya lewat wawancara dengan *Hunter* Tokopedia Purwokerto, Team *Leader* Tokopedia

Purwokerto, lalu diadakannya observasi. Metode pengambilan ilustrasi memakai sederhana random sampling, ialah, 2 orang penjual serta 3 orang pembeli. Data- datanya, lalu dianalisis dengan tata cara deskriptif kualitatif.¹⁴

Hasil penelitiannya adalah, sistem *cashback* yang difungsikan Tokopedia Purwokerto telah cocok dengan konsep *jualah* di dalam Hukum Islam. Tokopedia Purwokerto dalam mengaplikasikan sistem *cashback* membagikan khasiat positif untuk kedua pihak, berbentuk keuntungan. Tujuannya buat energi tarik pemasaran antara penjual dengan pembeli di Tokopedia. Sistem *cashback* ini, leluasa dari faktor judi. Jual beli rekayasa tercantum selaku aplikasi jual beli yang dilarang. Karena, individu tidak sepatutnya melampiaskan dengan tipu energi. Apabila dilihat dari keberagaman jual beli, ini tercantum *fasid* ketentuan serta rukunnya cacat.

Persamaan penelitian Hafilah Nidya Pangesti dengan penelitian penulis adalah, pertama jenis penelitiannya; *field research*. Kedua, metode penganalisisannya deskriptif kualitatif. Ketiga, pembahasan penelitian bertendensi pada rekayasa data untuk memperoleh *reward*. Sedangkan perbedaannya, nampak pada teori yang digunakan. Hafilah Nidya Pangesti menggunakan teori *jualah*, sedangkan penulis menggunakan teori *jualah* dan *tadlis*.

¹⁴ Hafilah Nidya Pangesti, "Praktik Jual Beli Rekayasa untuk Mendapat *Cashback*, (Skripsi--Fakultas Syariah, IAIN Purwokerto, 2019)

H. Kerangka Teori

1. *Jualah*

Pengupahan (*jualah*) menurut bahasa ialah apa yang diberikan kepada seseorang karena sesuatu yang dikerjakannya, sedangkan pengupahan (*jualah*) menurut syariah, *Al-Jazairi* menyebutkan hadiah atau pemberian seseorang dalam jumlah tertentu kepada orang yang mengerjakan perbuatan khusus, diketahui atau tidak diketahui. Misalnya, seseorang bisa berkata, “Barangsiapa membangun tembok ini untukku, ia berhak mendapatkan uang sekian”. Maka, orang yang membangun tembok untuknya berhak atas hadiah (upah) yang ia sediakan, banyak atau sedikit. Istilah lain dalam pengupahan adalah *ijarah*. Penggunaan kedua istilah ini sesuai dengan teks dan konteksnya.¹⁵

Jualah adalah meminta agar mengembalikan barang yang hilang dengan bayaran yang ditentukan. Misalnya, seseorang kehilangan kuda, dia berkata, “Barang siapa yang mendapatkan kudaku dan dia kembalikan kepadaku, aku bayar sekian”.¹⁶ *Al-ju’l* ialah pemberian upah (hadiah) atas suatu manfaat yang diduga bakal terwujud, seperti mempersyaratkan kesembuhan dari seorang dokter, atau kepandaian dari seorang guru, atau pencari/penemu hamba yang lari.¹⁷

¹⁵ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor: Galia Indonesia, 2012), hlm. 188-189.

¹⁶ Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar BARu Algesindo, 2008), hlm. 305.

¹⁷ Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid Analisis Fiqih Para Mujtahid*, (Jakarta: Pustaka Amani, 2007), hlm. 101.

Teori *jualah* digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkaitan dengan tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap rekayasa order yang di lakukan karyawan PT Artaboga Cemerlang Bojonegoro.

2. *Tadlis*

Tadlis artinya penipuan.¹⁸ *Tadlis* pada jual beli dalam hukum Islam itu di haramkan. Sebab *tadlis* ialah penipuan yang dicoba dalam transaksi jual beli oleh pihak penjual terhadap benda/objek yang dijualnya kepada pembeli. Aspek *tadlis* dalam transaksi jual beli sesungguhnya terkategori ke dalam jual-beli *gharar*. Dimana jual beli *gharar* ialah jual beli yang memiliki unsur- unsur penipuan serta penghianatan, baik sebab ketidakjelasan dalam objek jual beli ataupun ketidakpastian dalam metode pelaksanaannya. Sehingga hukum dari jual beli semacam ini dilarang (haram)

Secara terminologis, transaksi yang memiliki *tadlis* merupakan transaksi yang memiliki sesuatu perihal yang tidak dikenal oleh salah satu pihak. Bila transaksi itu berbentuk jual beli, hingga pembeli sepatutnya mendapatkan data yang lengkap (*complete information*) menimpa benda yang hendak dibelinya itu selengkap data yang dikenal oleh penjual. Dengan begini hingga tidak terdapat pihak yang dicurangi ataupun ditipu oleh pihak yang lain akibat ketidaktahuannya terhadap data yang dikenal pihak yang lain itu. Transaksi ataupun akad jual-beli itu pada dasarnya bertabat mengikat manakala *ijab* serta *qabul* antara penjual serta pembeli sudah berlangsung serta “majelis akad”- nya sudah berakhir. Dengan kata lain,

¹⁸ Ahmad Warson Munawwir, *Al Munawwir Kamus Arab Indonesia*, (Surabaya: Pustaka Progressif, 1997), hlm 415.

apabila akad sudah berlangsung dengan sempurna hingga kedua belah pihak (pembeli serta penjual) harus buat melakukan isi akad tersebut. Dalam kaitan ini syara' menggariskan kalau akad tersebut wajib berlangsung dengan metode yang dapat melenyapkan perselisihan antar pihak-pihak yang berakad. Sebab syara' mengharamkan mereka (penjual serta pembeli) buat melaksanakan penipuan (*tadlis*) dalam akad

I. Metodologi Penelitian

a) Jenis penelitian

Penelitian penulis merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit baik individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.¹⁹ Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian terkait, “Rekayasa Order Untuk Mendapatkan Insentif Bonus Karyawan PT. Artaboga Cemerlang Bojonegoro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”.

b) Lokasi Penelitian

Lokasi yang penulis sasar sebagai objek penelitian adalah, PT. Artaboga Cemerlang Bojonegoro. Beralamatkan di Jl. HOS Cokroaminoto No. 270, Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro.

c) Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang penulis fungsikan buat menyusun skripsi ini, merupakan deskriptif kualitatif, ialah sesuatu penelitian yang bertujuan buat

¹⁹ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1998), hlm. 9

menggambarkan secara sistematis dan keakuratan kenyataan terhadap kenyataan yang terjalin di waktu sekarang.²⁰ Jadi di dalam penelitian ini, penulis akan menggambarkan bagaimana praktik rekayasa order untuk mendapatkan insentif bonus dari PT. Artaboga Cemerlang Bojonegoro. Kemudian penulis adakan proses pengembangan terhadap hasil data yang diperoleh.

d) Sumber Data

Sumber data yang diartikan dalam penelitian merupakan sumber pemerolehan informasi. Guna mempermudah pengidentifikasian data maka penulis mengklasifikasikannya menjadi 2 sumber data, antara lain:

1) Sumber Data Primer

Sumber informasi yang diartikan dalam penelitian merupakan subjek pemerolehan informasi. Guna mempermudah pengidentifikasian informasi hingga penulis mengklasifikasikan menjadi 2 sumber informasi, antara lain.²¹ Informasi primer diucap pula informasi asli ataupun informasi baru. Di dalam perihal ini, penulis melaksanakan observasi serta wawancara secara langsung dengan *Supervisor Operational (SO)*, *Sales Manager (SM)*, *Supervisor*, Karyawan, dan Kustomer PT. Artaboga Cemerlang Bojonegoro.

²⁰ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi aksara, 2008)

²¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hlm. 45.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh bermediakan hal lain, seperti, bahan kepustakaan, jurnal, dan lain-lain.²²

e) Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, ada beberapa metode yang penulis gunakan dalam pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah teknik penelitian melalui pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian.²³ Metode ini, dilakukan dalam rangka memperoleh data tentang rekayasa order untuk mendapatkan insentif bonus karyawan PT. Artaboga Cemerlang Bojonegoro.

2. Interview

Tata cara *interview* merupakan model diskusi antara subjek (penelelitian) dengan objek (diteliti). Metode Interview mempunyai banyak berbagai serta tipe, semacam, metode yang simpel serta tidak berentetan hingga pada metode yang terstruktur serta terencana dengan baik.²⁴ Untuk memperoleh informasi dari responden, hingga penulis mengadakan wawancara dengan *Supervisor Operational (SO)*, *Sales Manager (SM)*, *Supervisor*, Karyawan, dan Kustomer PT. Artaboga Cemerlang Bojonegoro.

²² *Ibid*, hlm. 53.

²³ Jasa Ungguh Muliawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2014), hlm. 61.

²⁴ *Ibid*, hlm 60.

3. Dokumentasi

Pengertian Dokumentasi ialah metode pengumpulan informasi penelitian menimpa variabel, berbentuk catatan, transkrip, novel, pesan, koran, majalah, notulen rapat, jadwal serta lain- lain.²⁵

f) Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisa informasi kualitatif, ialah menganalisis serta menggambarkan informasi lewat bentuk perkata ataupun kalimat dipisahkan bagi jenis yang terdapat buat mendapatkan penjelasan yang jelas serta detail. Setelah itu dalam metode pengambilan kesimpulan ataupun informasi kualitatif tersebut, penyusun memakai tata cara induktif, ialah teknis analisa yang dicoba dengan metode mengomparasikan sumber pustaka yang berkaitan dengan fokus penelitian ataupun dengan kata lain tata cara induktif merupakan tata cara analisa informasi yang berangkat dari faktor- faktor yang bertabiat spesial buat ditarik kesimpulan yang bertabiat umum.²⁶

J. Sistematika Pembahasan

Untuk membagikan gambaran secara universal isi penelitian ini, maka penulis kemukakan sistematika pembahasan selaku berikut:

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini membahas tentang latar belakang permasalahan, definisi operasional, identifikasi serta batas permasalahan,

²⁵ Johni Dimiyati, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 100

²⁶ Sutisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Andi offset, 1989), hlm. 66

rumusan permasalahan, tujuan penelitian, studi pustaka terdahulu, metodologi penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II Kerangka Teoritis, pada bab ini membahas tentang landasan teori, yaitu *jualah* dan *tadlis*. Pada masing-masing sub bab tersebut akan dijabarkan poin- poin yang selaras dengan topik yang dibahas.

Bab III Diskripsi Lapangan, dalam bab ini membahas tentang deskripsi penelitian, yaitu PT Artaboga Cemerlang Cabang Bojonegoro, kondisi karyawan.

Bab IV Analisis, pada bab ini penulis akan menganalisis secara mendalam terkait praktik rekayasa order untuk mendapatkan insentif bonus bagi karyawan PT. Artaboga Cemerlang Bojonegoro dengan menggunakan perspektif hukum ekonomi syariah.

Bab V Penutup, dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran.