

Tebus Murah di Ritel Modern Perspektif Hukum Islam

Rahmat Hidayat

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
rahmathidayat@uinsu.ac.id

ABSTRACT

In conducting competition and business development, modern retailers continue to innovate. One of these innovations is tebus murah (cheap sale promo). Cheap sale promo can be obtained by consumers by buying sponsored products at a minimum price or quantity. This promo is a new promo for the community so research needs to be carried out. This study aims to determine the law of cheap sale promo that exist in modern retail. This study uses an empirical juridical method with the nature of legal identification. This study found that the cheap sale promo is in accordance with sharia principles. The cheap sale promo scheme is not included in the multi-contract scheme which is prohibited by sharia. Things that need to be considered in conducting a cheap sale promo are the types of product, additional terms and conditions, as well as the pricing of sponsored products.

Keywords: Cheap, sale, retail, Modern, Islam.

Pendahuluan

Menurut Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO), bisnis ritel modern atau usaha eceran di Indonesia mulai berkembang pada kisaran tahun 1980-an seiring dengan mulai dikembangkannya perekonomian Indonesia. Hal ini timbul sebagai akibat dari pertumbuhan yang terjadi pada masyarakat kelas menengah, yang menyebabkan timbulnya permintaan terhadap *supermarket* dan *department store* di wilayah perkotaan. Trend inilah yang kemudian diperkirakan akan berlanjut di masa-masa yang akan datang. Hal lain yang mendorong perkembangan bisnis ritel di Indonesia adalah adanya perubahan gaya hidup masyarakat kelas menengah ke atas, terutama di kawasan perkotaan yang cenderung lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan modern.¹

¹ Euis Soliha, "Analisis Industri Ritel Di Indonesia", Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Vol. 15, No.2, (September 2008): 129.

Kemunculan ritel modern di Indonesia memberikan nuansa baru bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas jual beli. Inovasi pelayanan dan kenyamanan dengan menitikberatkan pada *self service* menjadi pembeda ritel modern dengan ritel tradisional. Pada awal kehadirannya, target pangsa pasar ritel modern adalah masyarakat ekonomi menengah ke atas. Hal ini lebih disebabkan layanan ritel modern tergolong baru dan sangat berbeda dengan ritel tradisional yang telah digandrungi masyarakat sejak lama. Tetapi seiring waktu, ritel modern berhasil memperluas pangsa pasar dengan menargetkan seluruh lapisan masyarakat. Hal ini berdampak kehadiran ritel modern hampir di seluruh pelosok pemukiman masyarakat.

Bila fokus pasar tradisional hanya pada penjualan barang, maka ritel modern bergerak pada penjualan barang dan jasa. Jasa layanan ini yang menjadi bargaining ritel modern dalam bersaing di dunia usaha ritel. Para pengelola ritel berlomba untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi konsumennya. Untuk itu, pengelola ritel berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dengan menerapkan sistem manajemen tertentu. Kualitas pelayanan yang kurang baik akan menyebabkan efek tidak nyaman pada konsumen yang datang dan lama kelamaan mulai beralih ke ritel modern kompetitor.²

Jenis pelayanan yang ditawarkan oleh ritel modern tidak terbatas hanya pada *self service*, pelabelan harga, pengelompokan barang, pelayanan pembayaran dan layanan dasar ritel modern pada umumnya. Akan tetapi, ritel modern juga memberikan pelayanan penjualan dengan harga murah atau pembelian berhadiah dalam promo-promo tertentu. Promo-promo yang ditawarkan oleh ritel modern antara lain seperti *point reward*, diskon, harga spesial, potongan harga, produk gratis, paket hemat dan tebus murah. Promo-promo ini hadir dalam periode-periode tertentu, baik bersifat isidental maupun rutin.

Kebijakan promo ini diadakan dalam rangka *branding* gerai ritel maupun promosi barang-barang tertentu. Dengan tetap memperhatikan *income* gerai, promo dianggap penting dalam menjalankan sebuah ritel modern. Setidaknya, promo dapat menjadi jalan untuk menggaet konsumen dan meningkatkan loyalitas mereka. Secara psikologi, pembeli akan tertarik dengan setiap keuntungan yang bisa diraihinya dari setiap pembelian yang dilakukan.

² Luqman Hakim, Rina Sri Wulandari, dan Candra Maulana, "Peranan Tingkat Kualitas Pelayanan Dalam Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di Supermarket X", Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sains (SNasTekS), Vol. 1 No. 1 (2019): 200-201.

Dari berbagai promo yang ditawarkan oleh ritel modern, tebus murah termasuk kategori promo baru. Promo ini bertujuan untuk memasarkan produk-produk sponsor dengan iming-iming dapat membeli murah produk-produk tertentu. Produk utama dan produk tebus murah berlaku hanya bagi produk-produk tertentu sesuai kebijakan masing-masing ritel modern.

Secara umum, promo tebus murah pada dasarnya mirip dengan skema hadiah. Karena ketika pembeli memenuhi suatu ketentuan ritel, maka dia berpotensi mendapatkan barang lain di luar barang yang dibelinya. Hanya saja, dalam skema hadiah, pembeli mendapatkan barang tanpa mengeluarkan biaya, maka dalam tebus murah, pembeli harus mengeluarkan uang tambahan untuk menebus barang tersebut.

Ketika promo tebus murah muncul, maka perlu kongklusi hukum yang tepat agar masyarakat mengetahui dengan benar apa hukum promo ini. Dalam Islam, segala aspek aktivitas manusia tidak lepas dari aturan syariat, termasuk dalam praktik muamalah. Walaupun prinsip muamalah berkebalikan dengan ibadah, di mana hukum asal muamalah adalah kebolehan, tidak serta merta menjadi landasan bahwa segala skema akad baru dianggap halal karena tidak ada dalil terperinci yang menjelaskan. Setiap akad baru seyogyanya harus ditelisik dengan melihat dalil-dalil atau kaidah umum yang mengatur keabsahan praktik muamalah.

Tebus murah termasuk dari jenis promo baru yang legalitas hukumnya dalam perspektif syariah harus diteliti lebih lanjut. Hal ini mengingat bahwa mayoritas konsumen ritel modern di Indonesia beragama Islam. Ditambah lagi, ketiadaan Dewan Pengawas Syariah pada ritel-ritel modern sehingga segala jenis akad atau promo baru tidak melalui screening pakar terlebih dahulu. Oleh karena itu, masyarakat muslim perlu untuk mengetahui hukum tebus murah yang ada di ritel-ritel modern

Penelitian ini menggunakan metode penelitian empiris. Penelitian hukum empiris atau sosiologis adalah hukum meninjau atau menilik dirinya dari unsur-unsur di luar dirinya (hukum), yaitu fenomena-fenomena sosial di dunia kenyataan (empiris). Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian empiris adalah hukum dalam artian kenyataan (sen).³

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan hukum Islam atas promo tebus murah yang terjadi di ritel modern. Metode penelitian yuridis empiris atas hukum Islam termasuk dari penelitian terhadap indentifikasi hukum.

³ Nurul Qamar, et al., *Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)* (Makassar: CV. Social Politic Genius, 2017), h. 5.

Penelitian terhadap indentifikasi hukum sendiri dapat diartikan dengan penelitian terhadap hukum tidak tertulis berdasarkan hukum yang berlaku di masyarakat. Hukum tidak tertulis dalam sistem hukum di Indonesia adalah hukum adat dan hukum Islam.⁴

Pembahasan Dan Hasil

a. Ritel Modern

Menurut David Gilbert, ritel adalah setiap jenis usaha yang mengarahkan tujuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa dalam bentuk distribusi.⁵ Ritel juga diartikan dengan istilah eceran atau penjualan satuan yang memang ditujukan langsung kepada masyarakat untuk aktivitas konsumtif dan bukan untuk diperdagangkan lagi. Sedangkan kata modern yang disandingkan dengan ritel secara garis besar dimaknai dengan usaha ritel yang dijalankan dengan sistem *self service* atau pelayanan mandiri.

Merujuk Perpres No. 112 Tahun 2007, ritel modern masuk ke dalam kategori toko modern. Toko modern terdiri dari dua jenis, yaitu kategori toko ritel (ecer) dan toko grosir (perkulakan). Toko ritel yang menjual berbagai jenis barang secara eceran dapat berbentuk *minimarket*, *supermarket*, dan *hypermarket*. Ritel modern tersebut dapat diklasifikasikan berdasarkan luas area. *Minimarket* memiliki luas area kurang dari 400 m². *Supermarket* memiliki area dari 400 m² sampai dengan 5.000 m². Sedangkan *Hypermarket* memiliki luas area di atas 5.000 m².

Dalam menjalankan usahanya, ritel modern memiliki organisasi atau manajemen yang lebih terstruktur yang disesuaikan dengan besaran ritel dan kebutuhan. Mayoritas pemilik ritel tidak melakukan aktivitas langsung. Akan tetapi tugas utama masing-masing gerai ritel akan dipimpin oleh seorang manajer yang bertanggungjawab dalam pelaksanaan harian ritel.

Menjamurnya ritel modern, khususnya kategori *minimarket*, menyebabkan timbulnya persaingan ketat. Beberapa gerai ritel modern berdiri berdekatan bahkan bersampingan. Hal ini menjadi stimulan bagi gerai-gerai tersebut dalam memberikan layanan prima dan ekstra untuk menarik pelanggan masing-masing.

⁴ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2021), h. 30.

⁵ David Gilbert, *Retail Marketing Management* (United Kingdom: Financial Times Prentice Hall, 2003), h. 6.

Mengacu pada *retail service quality*, kualitas jasa ritel dapat diukur dengan lima dimensi, yaitu aspek fisik, kebijakan, reliabilitas, pemecahan masalah dan interaksi personal. Kelima dimensi ini penting bagi ritel modern dalam rangka meningkatkan income dan memperluas jangkauan konsumen.⁶

b. Pengertian dan Skema Tebus Murah

Salah satu kebijakan penting dalam ritel modern adalah melakukan promosi usaha dengan memberikan promo-promo yang dapat menarik minat pembeli. Setiap gerai memiliki kebijakan yang berbeda-beda dalam mengeluarkan promo. Salah satu jenis promo yang sekarang banyak menyita perhatian konsumen adalah promo tebus murah.

Kata tebus dalam KBBI memiliki lima arti.⁷ Baik dalam arti membayar untuk membebaskan, membayar untuk mengambil, membeli kembali, menguangkan atau mengambil. Sedangkan kata tebus dalam prasa tebus murah dapat dimaknai dengan membayar atau membeli barang. Penggunaan kata tebus daripada kata beli lebih disebabkan karena pembeli mendapatkan hak eksklusif dan bersifat optional. Hak ini bersifat eksklusif karena hanya diberikan kepada pembeli yang telah memenuhi syarat dan ketentuan gerai ritel. Sedangkan bersifat optional karena pembeli boleh menggunakan haknya ataupun meninggalkannya.

Sedangkan kata murah menurut KBBI adalah lebih rendah daripada harga yang dianggap berlaku di pasaran.⁸ Sifat murah inilah yang diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat untuk bertransaksi di gerai ritel tersebut.

Tebus murah memungkinkan konsumen membeli produk tertentu dengan nominal jauh di bawah harga normal dengan terlebih dahulu memberi produk-produk tertentu dengan jumlah transaksi tertentu pula. Sebagai ilustrasi, sebuah gerai melakukan promo tebus murah produk minyak goreng Rp. 2000,- bagi konsumen yang membeli produk sponsor dengan minimum transaksi sebesar Rp.100.000,- selama persediaan masih ada. Ketika ada konsumen yang melakukan pembelian produk sponsor dengan transaksi di atas Rp.100,000,- maka dia memiliki hak untuk mendapatkan produk tebus

⁶ Rudi Mintarto, "Analisis Kualitas Pelayanan Pada Ritel Dengan Pendekatan Retail Service Quality Scale (Rsqs), Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Improvement Gap Analysis (Iga) (Studi Kasus: Super Indo Jl. Menuan No. 1-3 Kel. Brontokusuman, Kec. Margansan, Yogyakarta)", Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2017. h. 12.

⁷ KBBI Online, diakses pada 25 Januari 2022. <https://kbbi.web.id/tebus>

⁸ KBBI Online, diakses pada 25 Januari 2022. <https://kbbi.web.id/murah>

murah jika dia berkenan membayar sebesar Rp.2000,-. Kegiatan ini terjadi dalam satu rangkaian atau dalam satu struk pembelian, bukan dari kegiatan yang terpisah. Dalam hal ini juga, setiap gerai memiliki kebijakan yang berbeda terkait konsumen yang berhak mendapat promo tebus murah, apakah harus tergabung dalam membership (keanggotaan) gerai atau tidak.

c. Hukum Tebus Murah

Dalam muamalah, hukum asalnya adalah kebolehan selama tidak ada dalil yang melarangnya. Kaidah ini jangan tidak boleh difahami bahwa segala muamalah boleh untuk dilakukan. Akan tetapi, setiap akad harus tetapi dikaji legalitas hukum menurut prinsip-prinsip syariah. Dalam memahami hukum tebus murah maka harus diinventarisir unsur-unsur pembentuk serta ketentuan yang ada di dalamnya. Unsur-unsur yang ada di dalam tebus murah adalah sebagai berikut:

1. Konsumen (pembeli)
2. Kasir (wakil dari pemilik gerai ritel modern)
3. Produk sponsor (utama) serta harganya
4. Produk tebus murah serta harganya
5. *Membership* (keanggotaan)

Melihat dari unsur serta ketentuan dari promo tebus murah maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar promo tebus murah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Terkait unsur pembeli dan kasir, maka aturannya mengacu pada teori dasar yaitu harus memenuhi syarat umum pelaku akad. Dari kedua pelaku ini, mungkin aspek umur pembeli harus diperhatikan agar terhindar dari cakupan *ba'i fudhuly* yaitu jual beli yang dilakukan oleh mereka yang tidak memiliki hak.

Untuk unsur produk, maka produk sponsor ataupun produk tebus murah harus *mutaqawwam* sebagai mana yang berlaku di seluruh akad. Produk serta harga juga harus ditentukan dan diketahui oleh pembeli. Dari hal ini didapati bahwa tebus murah sudah memenuhi syarat ini karena produk sponsor dan produk tebus murah terlebih dahulu diliris oleh pihak gerai ritel, baik melalui katalog maupun melalui metode promosi lainnya.

Dalam melakukan transaksi, tidak ada keharusan bagi konsumen untuk mengetahui terlebih dahulu bahwa produk yang dibelinya termasuk dari produk sponsor. Sehingga jika dia baru mengetahuinya ketika pembayaran maka hal tersebut tidak berpengaruh terhadap keabsahan promo tebus murah. Hal ini disebabkan karena tujuan utama pembelian adalah

mendapatkan produk sponsor bukan produk tebus murah. Promo merupakan pemberian dari gerai sehingga masuk dalam ranah *tanazul 'anil haq* (melepaskan hak) yaitu menurunkan harga dari harga normalnya. Selain itu, harga produk sponsor tidak boleh dikaitkan atau dipengaruhi oleh produk tebus murah. Sehingga jika pembeli mengambil ataupun menolak produk tebus murah tidak berpengaruh sama sekali terhadap harga produk tebus murah.

Sedangkan jika harga produk sponsor dinaikkan berdasarkan potongan harga pada produk tebus murah maka ini termasuk hal yang dilarang. Karena tebus murah bersifat optional, dan barangnya mungkin tidak dibutuhkan oleh konsumen sehingga jika dia memilih tidak membeli maka dapat menimbulkan kerugian. Selain itu, skema transfer harga seperti ini mengandung unsur kecurangan. Rasulullah saw. secara tegas melarang muslim melakukan kecurangan dalam jual beli. Rasulullah saw. bersabda,

Tidak dibenarkan bagi seorang muslim melakukan khilabah (kecurangan). [H.R. Ahmad, Ibnu Majah dan Baihaqi]⁹

Berbeda hukumnya jika kasir dengan sengaja tidak memberitahukan keberadaan promo jika gerai ritel membuat kebijakan bahwa setiap konsumen yang memenuhi syarat berhak menggunakan promo. Diamnya kasir yang bertindak sebagai wakil dari pemilik gerai dapat dimaknai sebagai pelanggaran terhadap kewajibannya sebagai wakil pemilik. Dalam akad *wakalah*, seorang wakil harus melaksanakan segala yang telah ditetapkan oleh *muwakkil* (pemberi kuasa).¹⁰

Selain mengetahui unsur-unsur akad, kajian lain yang harus dilakukan adalah analisis hukum atas substansi promo tebus murah. Substansi prom pada dasarnya terkait dengan skema, ketentuan dan syarat yang ada dalam tebus murah, yaitu:

1. Pembelian produk sponsor merupakan syarat untuk mendapatkan produk tebus murah
2. Pembelian produk tebus murah tergabung dalam satu struk dengan pembelian produk sponsor (tidak terpisah)
3. Persyaratan keanggotaan

⁹ Ahmad bin Hanbal, *Musnad al-Imam Ahmad bin Hanbal*, jil. 7 (Kairo: Muassasah Al-Risalah, 2001), h. 194. Lihat juga, Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, jil 2 (Kairo: Dar Ihya Kutub Arabiyah, ttp), h. 753. Lihat juga, Abu Bakar al-Baihaqi, *Al-Sunan al-Kubra*, jil. 5 (Beirut: Dar al-kutub al-Ilmiyah, 2003), h. 518.

¹⁰ Wahbah al-Zuhaily, *Al-Fiqh al-Islamy wa Adillatuhu*, jil 5 (Beirut: Dar al-Fikr, 1985), h. 102.

Syarat utama pembelian promo tebus murah adalah pembelian produk sponsor dengan harga atau kuantitas tertentu. Maka jika konsumen membeli produk tebus murah maka terjadilah dua pembelian, yaitu pembelian produk sponsor dan pembelian produk tebus murah. Pembelian dengan syarat pembelian seperti ini tidak terlarang. Karena pembelian kedua tidak bersifat wajib. Bahkan pembelian dengan kewajiban membeli barang lain dibenarkan syariat. Seperti kamu boleh membeli buku-buku ini jika kamu juga membeli lemarinya. Atau menjual produk dalam bentuk paketan. Baik harga barang dijelaskan satu persatu atau dalam satu harga paketan.

Hal yang terlarang dalam multi akad atau dalam pemaknaan larangan Rasulullah terkait dua jual beli dalam satu jual beli adalah jual beli *'innah*, jual beli dengan syarat pinjaman, penjualan dengan dua harga tanpa kejelasan atas salah satunya dan penjualan dengan syarat pembelian.¹¹ Sedangkan promo tebus murah tidak masuk ke dalam bentuk multi akad terlarang tersebut. Sehingga jika pembelian wajib dilakukan dalam satu struk belanja maupun struk terpisah sama sekali tidak berpengaruh terhadap keabsahan jual beli.

Pemberian promo tebus murah juga tidak melanggar prinsip-prinsip syariah jika hanya terbatas pada pemilik *membership*. Hak pemberian promo merupakan milik gerai sehingga gerai berhak menentukan konsumen yang berhak mendapatkan promo. Nabi saw. bersabda,

Kaum muslimin sesuai dengan syarat-syarat mereka, kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau yang menghalalkan yang haram. [HR. Daruquthni]¹²

Akan tetapi, jika promo ini berlaku jika konsumen menggunakan kartu kredit yang dikeluarkan Lembaga Keuangan Konvensional maka promo ini bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Karena Fatwa No. 54 DSN MUI menetapkan larangan atas penggunaan kartu kredit konvensional yang menggunakan sistem utang (*interest*)

Kesimpulan

Promo tebus murah termasuk promo jenis baru yang marak dilakukan ritel modern di Indonesia. Skema promo ini adalah konsumen yang membeli produk sponsor dengan minimum harga tertentu atau kuantitas tertentu

¹¹ Kementerian Wakaf dan Urusan Islam Kuwait, *Al-Mausu'ah al-Fiqhiyah al-Kuwaitiyah*, jil. 9, (Kuwait: Dar al-Salasil, 1327H), h. 264-266. Lihat juga, Muhammad bin Idris al-Syafi'i, *Al-Umm*, jil. 3 (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1990), h. 75. Lihat juga, Abu Zakaria al-Nawawi, *Al-Majmu' Syarh al-Muhazzab*, jil. 9 (Beirut: Dar al-Fikr, t.th), h. 338.

¹² Daruquthni, *Sunan Darquthni*, jil. 3 (Beirut: Mu`assasah al-Risalah, 2004), h. 426.

berhak untuk membeli produk tebus murah dengan harga jauh di bawah standar. Dari hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa secara umum promo ini sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Promo ini bukan termasuk dari dua akad dalam satu transaksi yang dilarang oleh Rasulullah saw.

Dalam rangka memenuhi ketentuan syariah, maka promo tebus murah harus memperhatikan hal berikut ini:

1. Pelaku, baik penjual maupun pembeli harus memenuhi ketentuan umum pelaku transaksi dalam tinjauan fikih muamalah.
2. Produk sponsor maupun produk tebus murah harus jelas barangnya atau diketahui oleh pihak-pihak yang bertransaksi dan bersifat *mutaqawwam*.
3. Harga produk sponsor dan produk tebus murah juga harus diketahui oleh para pihak yang bertransaksi.
4. Harga produk sponsor tidak boleh di *mark up* dalam rangka subsidi terhadap harga produk promo karena promo bersifat optional dan ini termasuk tindakan memperdaya pembeli.
5. Segala syarat tambahan yang ditetapkan oleh gerai ritel tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, seperti syarat membership, syarat satu struk belanja dan syarat lainnya yang tidak terlarang.
6. Syarat-syarat terlarang seperti pembelian harus dilakukan dengan kartu kredit berbasis bunga dapat menyebabkan terlarangnya produk tebus murah secara khusus.

Penting bagi pembeli untuk memperhatikan segala aktivitas transaksi agar terhindar dari perbuatan-perbuatan yang dilarang syariat.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2021.
- Al-Baihaqi, Abu Bakar. *Al-Sunan al-Kubra*. Beirut: Dar al-kutub al-Ilmiyah, 2003.
- Daruquthni, *Sunan Darquthni*. Beirut: Mu`assasah al-Risalah, 2004.
- Gilbert, David. *Retail Marketing Management*. United Kingdom: Financial Times Prentice Hall, 2003.
- Ibnu Hanbal, Ahmad. *Musnad al-Imam Ahmad bin Hanbal*. Kairo: Muassasah Al-Risalah, 2001.
- Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*. Kairo: Dar Ihya Kutub Arabiyah, t.th.
- Kuwait, Kementerian Wakaf dan Urusan Islam. *Al-Mausu'ah al-Fiqhiyah al-Kuwaitiyah*. Kuwait: Dar al-Salasil, 1327H.
- Al-Nawawi, Abu Zakaria. *Al-Majmu' Syarh al-Muhazzab*. Beirut: Dar al-Fikr, t.th.
- Qamar, Nurul., et al., *Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)*. Makassar: CV. Social Politic Genius, 2017.
- Al-Syafi'i, Muhammad bin Idris. *Al-Umm*. Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1990
- al-Zuhaily, Wahbah. *Al-Fiqh al-Islamy wa Adillatuhu*. Beirut: Dar al-Fikr, 1985.

2. Jurnal

- Euis Soliha, "Analisis Industri Ritel Di Indonesia", Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Vol. 15, No.2, (September 2008): 128-142.
- Luqman Hakim, Rina Sri Wulandari, dan Candra Maulana, "Peranan Tingkat Kualitas Pelayanan Dalam Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di Supermarket X", Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sains (SNasTekS), Vol. 1 No. 1 (2019): 192-210.

3. Skripsi

- Rudi Mintarto, "Analisis Kualitas Pelayanan Pada Ritel Dengan Pendekatan Retail Service Quality Scale (Rsqs), Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Improvement Gap Analysis (Iga) (Studi Kasus: Super Indo Jl. Menuan No. 1-3 Kel. Brontokusuman, Kec. Margansan, Yogyakarta)", Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2017.

4. Website

- KBBI Online, diakses pada 25 Januari 2022. <https://kbbi.web.id/tebus>
- KBBI Online, diakses pada 25 Januari 2022. <https://kbbi.web.id/murah>