

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP  
SISTEM PROMOSI DAN POTONGAN HARGA DALAM  
PEMBELIAN MELALUI APLIKASI MCDONALD**

**(Studi di Store McDonald Kemiling Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh:**

**Qatrunnada Nazhifa**

**NPM. 1921030527**

**Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah)**



**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**

**LAMPUNG**

**TAHUN 2022 M / 1444 H**

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP  
SISTEM PROMOSI DAN POTONGAN HARGA DALAM  
PEMBELIAN MELALUI APLIKASI MCDONALD**

**(Studi di Store McDonald Kemiling Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum dalam Ilmu Syariah

Oleh :

**Qatrunnada Nazhifa**

**NPM: 1921030527**

**Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah)**

**Pembimbing I : Dr. Hj. Nurnazli, S.H.,S.Ag., M.H.**

**Pembimbing II : Dr. H. Yusika Ismanto, M.Ed.**

**FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
TAHUN 2022 M / 1444 H**

## ABSTRAK

Jual beli merupakan kegiatan bermuamalah yang dilakukan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Jual beli barang tanpa bertemu disebut dengan sistem jual beli online, dalam penerapan sistem jual beli online harus ada aplikasi pembelian untuk mendukung sistem pembelian online. Promo adalah salah satu yang sering ditawarkan oleh penjual kepada pembeli. Banyak penjualan diadakan promosi dan potongan harga melalui aplikasi saja. Dalam hal ini terjadi permasalahan perbedaan harga dalam satu pembelian yang terjadi antara pembelian menggunakan aplikasi dengan pembelian secara langsung, padahal pembelian tersebut sama-sama dilakukan di store Mcdonalds Kemiling.

Rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah Bagaimana Sistem Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian Melalui Aplikasi McDonald di Store McDonalds Kemiling dan Bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian Melalui Aplikasi McDonalds di Store McDonalds Kemiling.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Subjek dalam penelitian ini adalah perusahaan *McDonalds*, sedangkan objek penelitiannya adalah fiqh muamalah dalam akad promosi dan potongan harga terhadap pembelian menggunakan aplikasi. Sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak responden dan data sekunder dengan dokumentasi dan teori-teori dari perpustakaan. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan jual beli di Perusahaan Mcdonalds sudah adil dikarenakan keuntungan yang diperoleh oleh pihak McDonalds sama apabila konsumen membeli melalui sistem promosi dan potongan harga dalam pembelian menggunakan aplikasi McDonalds maupun secara langsung, dengan sistem promosi dan potongan harga melalui aplikasi tersebut produk McDonalds yang kurang diminati dapat terjual semua. Dan juga sistem promosi dan potongan harga dalam pembelian menggunakan

aplikasi ini sudah sesuai dengan rukun dan syarat jual beli dalam Islam. Dimana pelaku dari transaksi jual beli ialah pihak perusahaan dan konsumen yang dilakukan dengan ridha dan sukarela tanpa adanya paksaan, barang yang diperjualbelikan juga jelas dan halal, harga barang yang dijual diketahui oleh pihak konsumen. Sedangkan tinjauan fiqh muamalah dalam promosi dan potongan harga dalam pembelian menggunakan aplikasi Mcdonalds sudah sepenuhnya sesuai dengan syarat-syarat jual beli dikarenakan sistem jual beli ini tidak mengandung unsur yang dilarang oleh agama.

**Kata Kunci :** Fiqh Muamalah, Promosi dan Potongan Harga.



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Qatrunnada Nazhifa

NPM : 1921030527

Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ **Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian Melalui Aplikasi McDonalds (Studi di Store McDonalds Kemiling)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka sepenuhnya tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Oktober 2022  
Penulis,



Qatrunnada Nazhifa  
NPM 1921030527



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS SYARI'AH**

*Alamat: JL. Let. kol. Hi. Endro Suratmin Sukarame Telp (0721) 703260 Bandar Lampung*

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap  
Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian  
Melalui Aplikasi McDonalds (Studi di Store  
McDonalds Kemiling)**

**Nama : Qatrunnada Nazhifa**

**NPM : 1921030527**

**Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah)**

**Fakultas : Syariah**

**MENYETUJUI**

**Untuk Dimunaqasyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang  
Munaqasyah Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Hj. Nurnazli, S.H., S.Ag., M.H**

**NIP: 197111061998032005**

**Dr. H. Yusika Ismanto, M.Ed**

**NIP: -**

**Mengetahui  
Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah**

**Khoiruddin, M.S.I.**

**NIP. 197807252009121002**





**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS SYARI'AH**

Alamat: JL. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Telp (0721) 703260 Bandar Lampung

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian Melalui Aplikasi McDonalds (Studi di Store McDonalds Kemiling)”** disusun oleh **Qatrunnada Nazhifa NPM : 1921030527** Program **Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah)** telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada

**TIM PENGUJI**

**Ketua : Susi Nur Kholidah, M.H.** 

**Sekretaris : Nur Asy'ari, S.H., M.H.** 

**Penguji I : Dr. H. Jayusman, M. Ag.** 

**Penguji II : Dr. Hj. Nurnazli, S.H., S. Ag., M.H.** 

**Penguji III : Dr. Yusika Ismanto, M. Ed.** 

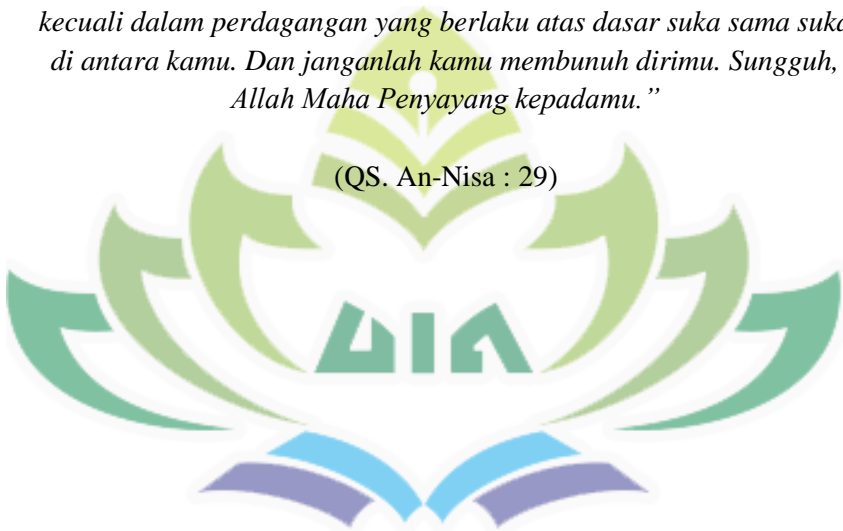


## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”*

(QS. An-Nisa : 29)





## PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk Ayahanda El Chedda Muchtar dan Ibunda Melly Susriani yang tanpa lelah memberikan semangat, motivasi, dan do'a tulus yang tiada henti disetiap sujudnya tanpa mengharap suatu apapun kecuali kesuksesan anak-anaknya. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan dan keberkahan di dunia dan Surga di akhirat kelak. Aamiin ya Robbal A'lamin dan almamater UIN Raden Intan Lampung.



## RIWAYAT HIDUP

Qatrunnada Nazhifa dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 01 Desember 2001 anak pertama dari pasangan Bapak El Chedda Muchtar dan Ibu Melly Susriani. Pendidikan mulai dari Sekolah Dasar (SD) Negeri 5 Talang dan selesai pada tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2016, kemudian melanjutkan di SMK Negeri 4 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2019 dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung dimulai dari semester I tahun Akademik 2019/2020.

Selama menjadi mahasiswa, aktif berbagai kegiatan intra maupun ekstra Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, Oktober 2022  
Yang Membuat,

Qatrunnada Nazhifa

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim, Alhamdulillahirobbil'alamin.*

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa yang telah menguatkan jasmani dan rohani saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW suri teladan yang apabila kita mengikutinya kita tidak akan tersesat selamannya. Sehingga skripsi dengan Judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Promosi dan Potongan Harga dalam Pembelian Melalui Aplikasi McDonalds (Studi Di Store McDonalds Kemiling Bandar Lampung) Skripsi ini dapat terselesaikan. Dan skripsi ini dapat penulis selesaikan atas bantuan dan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas atas bantuan semua pihak dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Wan Jamaluddin, M.Ag., Ph.D. Selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung.
2. Dr. Efa Rodiah Nur, M.H. Selaku Dekan Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Khoiruddin, M.S.I dan Ibu Susi Kholidah, S.H., M.H selaku ketua Jurusan dan Sekertaris Jurusan Mu'amalah Fakultas UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan arahan, serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dr. Hj. Nurnazli, S.H., S.Ag., M.H selaku pembimbing I yang dengan sabar membimbing dan memotivasi dalam memberikan gambaran adanya permasalahan dalam sebuah penulisan karya tulis ilmiah, serta arahan dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Dr. H. Yusika Ismanto, M.Ed selaku pembimbing II yang telah sabar membimbing dan mengoreksi tulisan penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Kepada seluruh dosen dan segenap keluarga besar civitas akademik Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung.

7. Perusahaan McDonalds telah mengizinkan penulis untuk menyelesaikan penelitian dengan baik.
8. Rekan-rekan seperjuanganku Progam studi Hukum ekonomi angkatan 2019 khususnya kelas Muamalah K yang selalu menjadi tempat berbagi selama menempuh pendidikan.
9. Rekan-rekan KKN angkatan 2019 yang telah memberikan pengalaman baru bagi penulis saat melakukan KKN di Desa Gulak Galik Kecamatan Teluk Btung Utara, Kota Bandar Lampung.
10. Teruntuk teman sejak SMK saya Barudak,Eka,Nyimas,Karin,Caca, Zohra, Monica, dan Ruri
11. The support system saya dalam menyusun skripsi ini Ayesta, Nia Febbi, Alfina, Masda, dan juga Salwa
12. Pasangan yang selalu membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini Zulian Syamrizal.
13. Teman-teman dan sahabat lain nya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua yang memberikan bantuan bimbingan serta kontribusi sekaligus sebagai cacatan amal ibadah dari Allah SWT.  
*Aamiin Ya Robbal Alamin.*

Bandar Lampung, Oktober 2022  
Penulis

**Qatrunnada Nazhifa**  
NPM. 1921030527

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian .....	6
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan (Studi Pustaka).....	6
H. Metode penelitian.....	10
1. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian .....	11
2. Data dan Sumber Data .....	11
3. Populasi dan Sampel.....	12
I. Sistematika Pembahasan.....	15
<b>BAB II LANDSAN TEORI</b> .....	<b>17</b>
A. Jual Beli Menurut Islam .....	17
1. Pengertian Jual Beli .....	17
2. Dasar Hukum Jual Beli .....	18
3. Rukun Dan Syarat Jual Beli.....	20
4. Jual Beli yang Dilarang.....	23
5. Macam-Macam Jual Beli Dalam Islam .....	26
B. Harga dan Promosi Dalam Islam.....	29
1. Harga Dalam Islam .....	29
2. Promosi dan Potongan Harga Dalam Islam .....	35



<b>BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Sejarah Berdirinya McDonald .....	43
1. Sejarah Berdirinya McDonald.....	43
2. Sejarah Berdirinya McDonald di Indonesia .....	45
B. Sejarah Berdirinya Store McDonald Kemiling.....	46
C. Visi dan Misi McDonalds Indonesia .....	47
D. Struktur Organisasi Store McDonalds Kemiling.....	54
E. Praktik Penerapan Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian Melalui .... Aplikasi McDonalds..	56
 <b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>	 <b>61</b>
A. Praktik Penerapan Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian Melalui .... Aplikasi McDonalds Di Store McDonalds Kemiling Bandar Lampung.....	61
B. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Promosi & Potongan Harga.. .... Dalam Pembelian Melalui Aplikasi McDonalds Distore McDonalds Kemiling Bandar Lampung.....	63
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Rekomendasi .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Secara bahasa menjual berarti mempertukarkan sesuatu dengan sesuatu. Mempertukarkan barang dengan barang disebut menjual, demikian juga mempertukarkan barang dengan uang. Kata “beli” adalah memasukan zat ke dalam milik dengan ada ganti, atau pemilikan harta dengan harta. Hanya saja bahasa menggunakan masing-masing dari kedua istilah (jual-beli). dengan kata lain jual beli berarti mempertukar sesuatu benda dengan benda yang lain atau dengan uang, dimana salah satu pihak kepada pihak lain dengan mendapatkan ganti atas benda yang diserahkan itu. Maka dapat disimpulkan pengertian jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan sesuai dengan ketentuan yang dibenarkan syara’ (hukum Islam).<sup>1</sup>

1. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah adalah suatu kegiatan pengumpulan data yang membahas seputar ekonomi yang bersumber dari peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh Allah Swt dan Nabi Muhammad Saw untuk mengatur tingkah laku manusia di tengah-tengah masyarakatnya.<sup>2</sup>

Jadi menurut peneliti, tinjauan hukum Islam dapat diartikan sebagai kegiatan pengumpulan dan penyajian data suatu permasalahan hukum yang bersumber dari ajaran Islam dengan mempelajari secara cermat serta dilakukan dengan cara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu permasalahan yang diteliti.

2. Promosi

---

<sup>1</sup> Suardi Abbas, “Jual Beli Sperma Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Asas 9* (2017): 76–85.2

<sup>2</sup> Marzuki, *Pengantar Studi Hukum Islam* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2018).2

Promosi dalam arti sempit ialah aktivitas pemasaran yang berkaitan dengan harga, barang atau produk, dan lokasi dalam kata lain disebut dengan bauran pemasaran. promosi dapat diartikan sebagai suatu upaya atau alat komunikasi guna memperkenalkan suatu produk dari perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli sehingga dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan. Promosi lazim disebut dengan promo, atau sering disingkatkan dengan promo.<sup>3</sup>

### 3. Potongan Harga

Potongan harga merupakan sesuatu yang umum digunakan yang dapat berguna daya tarik bagi pembeli untuk membeli dalam jumlah besar. Manfaat yang diperoleh bagi penjual adalah penjualan dalam jumlah banyak akan mengurangi biaya produksi tiap unitnya. Manfaat bagi pembeli adalah akan mengurangi biaya pesanan dan pembayaran harga satuan lebih rendah dari biasanya, tetapi kerugian yang dapat timbul adalah membengkaknya biaya penyimpanan karena pemesanan yang lebih besar akan meningkatkan insventory.<sup>4</sup>

### 4. Aplikasi

Pesatnya perkembangan teknologi memberikan pengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran, di era modern ini pembayaran digital atau bisa disebut sebagai *electronic money* (*e-money*) lebih sering digunakan oleh masyarakat . Selain menggunakan kartu pembayaran non tunai juga dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi sebagai alat pembayaran, misalnya dengan menggunakan aplikasi shopeepay pada aplikasi shopee.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Lala Veronica Nim, *Sistem Promo Dalam Prktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah,Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif Bidang Hukum Ekonomi Syariah. (Skripsi Hukum Ekonomi Syariah UIN RIL, 2020).*20

<sup>4</sup> Juwanto Saputro edi, Saputro Edi, “Pemberian Diskon dalam Pelaksanaan Jual Beli di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.” *World Development* 1, no. 1 (2018): 1–15. 11

<sup>5</sup> Jefry Tarantang et al., “Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia,” *Jurnal Al-Qardh* 4, no. 1 (2019): 60–75, 54

## 5. Sistem Aplikasi McDonalds

Penggunaan aplikasi McDonald sendiri hanya dapat di gunakan untuk setiap pembelian di seluruh store Mcdonald .Setiap individu yang ingin melakukan pembelian dengan aplikasi ini harus mengunduh terlebih dahulu aplikasi ini.Aplikasi ini juga memudahkan setiap individunya untuk memesan makanan di store mcd dan juga banyak promosi harga yang ditawarkan oleh perusahaan McDonald apabila customer melakukan pembelian dengan menggunakan aplikasi ini.

Praktik Transaksi jual beli yang terjadi di store McDonald yang ada di Mcdonald Kemiling yaitu barang yang di perjualbelikan berupa kebutuhan pangan seperti makanan berat dengan berbagai macam varian,makanan ringan dengan berbagai macam pilihan minuman bersoda dengan macam macam brand,kopi dan juga ice cream dengan beberapa pilihan.Selain itu dalam transaksi menggunakan aplikasi ini, apabila pembelian 4 ice cream mendapat pengurangan harga dari harga Rp 6.900 per satuan menjadi Rp 9.900,00 per pembelian 4 pics nya.

Berdasarkan keterangan dapat ditegaskan bahwa yang dimaksud dengan skripsi ini adalah meninjau dari segi hukum islam dan juga hukum ekonomi syariah mengenai transaksi serta harga di dalam pembelian makanan ataupun minuman melalui aplikasi McDonald yang dilakukan oleh konsumen dan pihak Mcdonald.

### **B. Latar Belakang Masalah**

Pada hakikatnya, manusia berperan ganda. Yaitu sebagai makhluk individu dan makhluk sosial. Dalam berinteraksi dengan sekitar, ada hubungan secara vertikal (hubungan dengan Tuhan) dan secara horizontal (hubungan dengan sesama manusia, alam sekitar, dan makhluk lainnya). Manusia sebagai makhluk sosial artinya manusia tidak bisa hidup sendirian. Manusia sejak lahir sampai masuk liang kubur selalu membutuhkan kehadiran orang

lain selain dirinya. Jika manusia tidak berhubungan atau berinteraksi dengan sesama manusia lainnya, maka orang tersebut belum bisa dikatakan manusia. Dalam hubungan sesama manusia terdapat model dan kualitasnya yang berbeda.<sup>6</sup>

Jual Beli merupakan akad yang biasa digunakan oleh masyarakat, karena setiap manusia memenuhi kebutuhannya tidak dapat di elakan dari akad jual beli. Kata jual beli dikenal di bidang muamalah sudah cukup lama, mulai dari system jual beli pertukaran barang atau yang biasa disebut dengan barter sampai dengan system jual beli dengan uang sebagai nilai tukarnya.

Kajian tentang jual beli yang merupakan bagian dari muamalah ini pun terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman ,mulai dari bentuk,model serta cara dalam system jual beli pun bervariasi.Di era modern ini system pembayaran tidak lagi hanya dapat menggunakan uang bias dengan menggunakan credit card , voucher maupun aplikasi pembelian yang telah di sediakan oleh store masing masing<sup>7</sup>

Penjualan merupakan aktifitas memperjualbelikan barang dan jasa kepada konsumen Penjualan secara umum ada 2, yaitu penjualan tunai dan penjualan kredit. Penjualan yang dilakukan dengan tidak ada sistem hutang disebut dengan penjualan tunai. Sedangkan penjualan yang dilakukan dengan sistem hutang disebut dengan penjualan kredit. Penjualan merupakan pendapatan yang diperoleh dari menjual barang yang mana jumlah yang dibebankan kepada pembeli untuk barang dagang yang diserahkan merupakan pendapatan perusahaan yang bersangkutan.<sup>8</sup> Penggunaan aplikasi McDonald sendiri hanya dapat di gunakan untuk setiap pembelian di seluruh store Mcdonald .Setiap individu yang ingin melakukan pembelian dengan aplikasi ini harus mengunduh terlebih dahulu aplikasi ini.

---

<sup>6</sup> Wan Nova Listia, "Anak Sebagai Makhluk Sosial," *Bunga Rampai Usia Emas* 1, no. 1 (2015): 14–23.24

<sup>7</sup> Tarantang Et Al., "Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.3

<sup>8</sup> Imroatus Sholikhah, Mahmud Sairan, and Nurfia Oktaviani Syamsiah, "Aplikasi Pembelian Dan Penjualan Barang Dagang Pada CV Gemilang Muliatama Cikarang," *Teknik Komputer AMIK BSI III*, no. 1 (2017): 16–23.25



Aplikasi ini juga memudahkan setiap individunya untuk memesan makanan di store mcd dan juga banyak promosi harga yang ditawarkan oleh perusahaan McDonald apabila customer melakukan pembelian dengan menggunakan aplikasi ini.

Akan tetapi, adanya perbedaan harga dalam satu pembelian antara pembelian menggunakan aplikasi McDonalds dengan secara langsung dikasir, dimana apabila menggunakan aplikasi McDonalds promosi dan potongan harga yang ditawarkan lebih banyak dan bervariasi dibandingkan dengan pembelian secara langsung.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian dengan mengangkat judul mengenai Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian Melalui Aplikasi McDonald ( Studi di Store McDonald Kemiling Bandar Lampung )

### **C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan permasalahannya seputar kajian hukum ekonomi syariah terhadap promosi dan potongan harga pembelian atas transaksi yang menggunakan aplikasi Mcdonald. Sehingga masalah yang akan diteliti dalam skripsi ini adalah seputar akad transaksi potongan harga dan promosi dalam pembelian yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi Mcdonald di Store Mcdonald nya sendiri.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka perlu adanya rumusan masalah atau fokus permasalahan yang akan dibahas nanti. Adapun yang menjadi pokok permasalahannya yaitu :

1. Bagaimana Sistem Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian Melalui Aplikasi McDonald di Store McDonalds Kemiling ?

2. Bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian Melalui Aplikasi McDonalds di Store McDonalds Kemiling

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka terdapat tujuan dalam penelitian penulisan skripsi ini diantaranya:

1. Untuk Mengetahui sistem promosi dan potongan harga dalam pembelian melalui aplikasi McDonald pada store Mcdonald Kemiling Bandar Lampung.
2. Untuk Menganalisis tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap sistem promosi dan potongan harga dalam pembelian melalui aplikasi McDonald, yang mana penelitian ini berkaitan dengan keilmuan yang dipelajari di Fakultas Syariah jurusan Hukum Ekonomi Syariah ( Muamalah )

### **F. Manfaat Penelitian**

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat berguna antara lain sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini sangat bermanfaat karena untuk menambah pemahaman bagi pengguna aplikasi McDonald yang selama ini banyak belum mengetahui bagaimana pelaksanaan aplikasi tersebut apabila ditinjau dari segi hukum ekonomi syariah dan teruntuk penikmat restoran siap saji McDonald yang belum mengetahui keuntungan apasaja yang diperoleh apabila pembelian dilakukan dengan menggunakan aplikasi McDonald tersebut .
2. Secara Praktis, Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung.

### **G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan (Studi Pustaka)**

Dalam suatu penelitian diperlukan juga dukungan hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian

ini, untuk menghadiri terjadinya tumpang tindih dan tidak terjadi penelitian ulang dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis mempertegas perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya

1. Penelitian yang dilakukan oleh M.Ikhsan (2017) yaitu Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon (Studi pada Toko Bata Jl. Yos sudarso Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung) Setelah penulis mengkaji dan memaparkan pembahasan skripsi ini, maka dari hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan yaitu: Praktek sistem diskon yang dilakukan pada Toko Bata Kecamatan Panjang dengan cara menaikkan harga aslinya yang semulanya Rp.250.000,- menjadi Rp. 500.000 setelah itu didiskon tanpa sepengetahuan calon pembeli. Sistem diskon yang dilakukan dimaksudkan untuk menarik perhatian dan minat calon pembeli, sistem diskon seperti ini mengandung unsur penipuan.<sup>9</sup>Persamaan sekripsi ini dengan skripsi yang diteliti oleh peneliti adalah sama- sama meneliti tentang diskon dan perbedaannya adalah terdapat kecurangan dalam penelitian yang dilakukan oleh M.ikhsan sedangkan di penelitian ini tidak ditemukannya kecurangan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Lisdiana Pratama Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul "*Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah*".

Dalam skripsi ini adapun masalah yang dibahas oleh peneliti: Bagaimana pelaksanaan promosi dengan menggunakan hadiah pada Alfamart Way Dadi Sekarame Bandar Lampung, dan bagaimana hukum Islam tentang promosi dengan menggunakan hadiah pada Alfamart Way Dadi Sekarame Bandar Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan dokumtasi interview dalam

---

<sup>9</sup> M. Ikhsan, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon Di Toko Bata Jl. Yos Sudarso Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung," (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung : 2017) , 9.

pengumpulan data, sedangkan untuk menganalisis data yang telah terkumpul, peneliti menggunakan data deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah promosi dengan pemberian hadiah pada Alfamart Way Dadi Sekarame dengan cara belanja Rp 40.000, (kecuali rokok, susu bayi 1 tahun, voucher HP), dan mengumpulkan kode unik hingga menjadi sebuah kata alfa atau alfamart. Jual beli promosi dengan hadiah yang mengandung unsur ketidak pastian dilarang dalam Islam karena dapat merugikan sebelah pihak dan mengakibatkan konsumen hidup mubazir. Jadi promosi dengan pemberian hadiah pada Alfamart Way Dadi Sekarame diharamkan karena adanya unsur *qimar*, *gharar*, dan *mubazir*.<sup>10</sup>

Perbedaannya pada skripsi yang diteliti oleh Lisdiana promosi tersebut mengandung unsur jual beli yang dilarang oleh agama, sedangkan di judul yang penulis teliti tidak.

3. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Promo Harga Murah Menyambut Natal Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Oleh Juwanto Edy Saputro (2018)

Membahas tentang potongan harga atau yang disebut dengan diskon yang diterapkan dalam sistem jual beli di Pasar Cendrawasih Kota Metro, dengan sistem diskon yang beragam mulai dari 10% sampai dengan 50%.

Perbedaan dengan judul yang penulis teliti adalah potongan harga yang ada dalam skripsi tersebut berlaku untuk semua pembeli, tanpa harus menggunakan aplikasi.<sup>11</sup>

4. Penelitian yang dilakukan oleh Anita Ratmawati Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2017 dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Etika Promosi Penjualan*”

---

<sup>10</sup> Lisdiana, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah,” (*Skripsi, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018).

<sup>11</sup> Juwanto Saputro edi, “Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah,” (*Skripsi, IAIN Metro :2018*),22

*Melalui Media (Studi Kasus Toko Aldis Store Desa Sampang Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap)*". Metode penelitian yang digunakan yakni metode penelitian kualitatif. Dalam skripsi ini yang dibahas oleh peneliti: Bagaimana etika promosi melalui media yang dilakukan oleh Toko Aldis Store Desa Sampang Kabupaten Cilacap, dan bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap etika promosi melalui media yang dilakukan oleh Toko Aldis Store Desa Sampang Kabupaten Cilacap. Hasil dari penelitian ini adalah bahawasannya dalam melakukan promosi pada media harus dengan keadaan yang sebenarnya agar tidak menimbulkan kekecewaan terhadap konsumen. Praktek etika promosi bertujuan untuk memberi tahu masyarakat melalui media seperti BBM, Instagram, Facebook dan lain sebagainya. Dari segi periklanan yang dilakukan Toko Aldis Store sudah sesuai dengan ketentuan yang benar dari segi transaksi sudah sesuai dengan syariat kebanyakan dilakukan secara tunai dan jelas.<sup>12</sup>

Perbedaan dengan penelitian diatas, penelitian ini difokuskan pada dua kajian. Pertama, tentang bagaimana sistem promosi dan potongan harga dalam pembelian menggunakan aplikasi McDonalds. Kedua, tentang Perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap sistem promosi dan potongan harga dalam pembelian menggunakan aplikasi McDonalds.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Rahmah (2016) yang berjudul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Promosi Permainan Dengan Menggunakan Kartu Zone (Studi di Zone 2000 Mall Ramayana, Kecamatan Tanjung Karang Kota Bandar Lampung)*. Skripsi tersebut membahas tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Promosi Permainan Dengan Penggunaan Kartu Zone 2000. Penulis ingin menyampaikan apakah praktik yang digunakan untuk bermain di zone 2000 sudah tepat atau belum tepat dan bagaimana

---

<sup>12</sup> Anita Ratmawati, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Etika Promosi Penjualan Melalui Media," (*Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto*, 2017).



praktik penerapan bermain di zone 2000.<sup>13</sup> Persamaan skripsi ini dengan skripsi yang diteliti adalah kesamaan pada sistem promosi yang digunakan perbedaannya skripsi ini membahas tentang promosi dengan menggunakan kartu sedangkan skripsi yang di teliti saat ini adalah tentang promo yang dilakukan dengan aplikasi.

## H. Metode penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan *cara ilmiah* untuk mendapatkan *data* dengan *tujuan* dan *kegunaan* tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, *cara ilmiah*, *data*, *tujuan*, dan *kegunaan*. *Cara ilmiah* berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu *rasional*, *empiris*, dan *sistematis*. *Rasional* berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. *Empiris* berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. (Bedakan cara yang tidak ilmiah, misalnya mencari uang yang hilang, atau provokator, atau tahanan yang melarikan diri melalui paranormal). *Sistematis* artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.<sup>14</sup>

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada

---

<sup>13</sup> Aulia Rahmah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Permainan Dengan Menggunakan Kartu Zone Di Mall Ramayana, Kecamatan Tanjung Karang Kota Bandar Lampung", (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2016),12.

<sup>14</sup> D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, 2013.2

*generalisasi*<sup>15</sup>.Penulis memperoleh data dari penelitian lapangan langsung dalam transaksi pembelian menggunakan aplikasi McDonald yang terjadi pada store McDonald Kemling Bandar Lampung.

## 1. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

### a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Research*), penelitian lapangan adalah penelitian yang menggunakan informasi yang diperoleh dari sasaran penelitian yang selanjutnya disebut responden dan informan melalui instrument pengumpulan data seperti angket, observasi, wawancara dan sebagainya.

Dalam penelitian ini proses dan makna lebih banyak ditonjolkan dengan menggunakan landasan teori sebagai panduan untuk fokus pada penelitian lapangan.<sup>16</sup>

### b. Sifat Penelitian

Data yang diperoleh sebagai data lama,dianalisa secara bertahap dan berlanjut dengan cara deskriptif ,yaitu suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.<sup>17</sup>

Dalam Penelitian ini kan diseskripsikan tentang bagaimana pandangan Islam terhadap transaksi potongan harga dan promosi pembelian pada aplikasi McDonald di Store McDonald Kemiling Bandar Lampung.

## 2. Data dan Sumber Data

Dalam Peneliian ini Sumber data diperoleh dari :

### a. Data Primer

Data primer biasanya dipersoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data orisinal. Selanjutnya data primer dapat didefinisikan

---

<sup>15</sup> Ibid.9

<sup>16</sup> Ibid.

<sup>17</sup> Moh.Nazir, Metode Penelitian ( Bogor Ghalia Indonesia,2009).

sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli.<sup>18</sup> Dalam hal ini data tersebut diperoleh penulis dari karyawan McDonald dan juga dari pengguna aplikasi McDonald.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna. Secara singkat dapat dikatakan bahwa data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain.<sup>19</sup> Data tersebut digunakan penulis sebagai pendukung dalam pelaksanaan transaksi promosi pembelian pada aplikasi McDonald.

### 3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.<sup>20</sup>

Dalam hal ini yang menjadi populasi transaksi penelitian adalah karyawan store McDonalds Kemiling sebanyak 35 orang dan 50 konsumen store McDonalds Kemiling per-satu hari dalam kurun waktu penelitian selama 1 minggu. Jadi populasi pada skripsi ini sebanyak 385 orang.

---

<sup>18</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002).45

<sup>19</sup> Edy Suandi Hamid and Y. Sri Susilo, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta\*," *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*.48

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*.80

## b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.<sup>21</sup>

Jumlah sampel yaitu 8 orang, tiga karyawan store McDonalds kemiling yang mencakup satu RGM, satu staff marketing dan satu orang kasir serta dua pengguna aplikasi dan tiga konsumen biasa. Dalam penelitian tidak semua anggota populasi diteliti, hal ini mengingat keterbatasan jumlah tenaga, biaya, dan waktu. Untuk itu diperlukan sampel yang akan mewakili suatu populasi.

Sedangkan teknik pengambilan sampel selama penelitian ini yaitu *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya.<sup>22</sup>

Penentuan sampel dilakukan dengan cara mengambil beberapa karyawan yang terlibat langsung dalam praktik jual beli ataupun promo yang dilakukan di Ramayana Bandar Lampung.

## 4. Metode Pengumpulan Data

### a. Wawancara

Data dikumpulkan bilamana arah dan tujuan penelitian sudah jelas dan juga bila sumber data yaitu informan atau partisipan sudah diidentifikasi, dihubungi serta sudah mendapatkan persetujuan atas keinginan mereka untuk memberikan informasi yang

---

<sup>21</sup> Ibid.81

<sup>22</sup> Sunardi Nur, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Rajawali Press, 2017).

dibutuhkan. Siapa saja yang dimaksud dengan partisipan?

Pertama, partisipan adalah mereka yang tentunya memiliki informasi yang dibutuhkan. Kedua, mereka yang memiliki kemampuan untuk menceritakan pengalamannya atau memberikan informasi yang dibutuhkan. Ketiga, yang benar-benar terlibat dengan gejala, peristiwa, masalah itu, dalam arti mereka mengalaminya secara langsung. Keempat, bersedia untuk ikut serta diwawancarai. Kelima, mereka harus tidak berada dibawah tekanan, tetapi penuh kerelaan dan kesadaran akan keterlibatannya. Jadi syarat utamanya yaitu kredibel dan kaya akan informasi yang dibutuhkan (*information rich*).<sup>23</sup>

Dengan cara peneliti melakukan tanya jawab dengan pihak McDonald, pengguna aplikasi McDonald dan konsumen yang sering membeli secara langsung ke kasir store McDonald, yang dilakukan dengan sistematis dan berdasarkan pada masalah yang dibahas dan diteliti. Dalam praktiknya peneliti menyiapkan daftar pertanyaan untuk kemudian diajukan secara langsung kepada pihak terkait dengan permasalahan yang tertera dan akan ditinjau melalui pandangan hukum ekonomi syariah dan hukum Islam nya.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data-data mengenai hal-hal atau variabel yang merupakan catatan, transkrip, buku-buku, majalah, laporan, agenda dan lainnya.

---

<sup>23</sup> M.Iqbal Hasan, *Pokok Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002).109

## 5. Metode Pengolahan Data

### 1. Pemeriksaan Data ( *Editing* )

Editing adalah pengecekan atau pengkoreksian data yang telah dikumpulkan, karena kemungkinan data yang masuk atau (*raw data*) yang terkumpul itu kurang atau bahkan tidak logis dan merugikan.

### 2. Sistematika Data ( *Systemating* )

Untuk menepatkan data menurut kerangka sistematika bahasan berdasarkan urutan masalah, dengan cara mengelompokkan data yang telah diedit kemudian diberi tanda menurut kategori-kategori dan urutan masalah.

## 6. Analisis Data

Setelah data diperoleh, selanjutnya data tersebut akan dianalisa, metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan kajian penelitian yaitu, bagaimana pandangan islam tentang promosi dan potongan harga pembelian pada aplikasi Mcdonald. Setelah analisa data selesai maka hasilnya akan disajikan secara deskriptif.

### I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disusun secara sistematis, tujuannya agar pembaca mudah dalam memahami karya tulis ini, oleh karena itu perlu ditunjukkan sistematika dalam memahami karya ilmiah ini. Sistemati penulisan dibagi dalam bab per bab yaitu:

Bab I adalah pendahuluan yang berisi meliputi sub bab, antara lain penegasan judul bagian ini berisi penjelasan tentang kata kunci dari judul yang berkaitan serta menegaskan apa maksud dari judul karya tulis ini, setelah itu latar belakang masalah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian tentang Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian Melalui Aplikasi McDonalds, kemudian dari latar belakang tersebut berisi rumusan masalah

yang mengkaitkan bagian penting yang menjelaskan hasil yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu tujuan penelitian. Apabila tujuan sudah ditetapkan maka penting juga diuraikan mengenai manfaat penelitian yang mengandung kegunaan dan kontribusi penelitian untuk pemahaman bagi umat Islam khususnya di Fakultas Syariah jurusan Hukum Ekonomi Syariah. Selanjutnya terdapat kajian penelitian terdahulu yang relevan berisi tentang informasi penelitian yang sudah dilakukan sebelum sebelumnya, baik dalam bentuk skripsi maupun tesis yang berkaitan dengan fokus penelitian. Kemudian menentukan metode penelitian yang dijadikan sebagai instrument dalam penelitian untuk menghasilkan penelitian yang lebih terarah dan sistematis.

Bab II adalah landasan teori, bab ini berisi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan dalam melakukan penelitian, berisi tentang Pengertian Jual Beli Menurut Islam, Harga dalam Islam dan Promo menurut Islam.

Bab III dalam skripsi ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian yaitu sejarah berdirinya Ramayana, sejarah berdirinya McDonalds di Indonesia dan Bandar Lampung, visi dan misi, struktur organisasi store McDonalds Kemiling Bandar Lampung dan bab ini juga berisi Penyajian data dan fakta penelitian.

Bab IV ini merupakan inti pembahasan dalam penelitian ini yang terdiri dari Sistem Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian Menggunakan Aplikasi McDonalds di Store McDonalds Kemiling Bandar Lampung dan Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem Promosi dan Potongan Harga Dalam Pembelian Menggunakan Aplikasi McDonalds di Store McDonalds Kemiling Bandar Lampung.

Sebagai akhir pembahasan bab V yang berisi tentang penutup, yaitu meliputi kesimpulan dan rekomendasi. Bab ini akan menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang merupakan jawaban singkat atas rumusan masalah yang telah diterapkan dan berisi tentang anjuran yang diberikan penulis untuk penelitian ini.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Jual Beli Menurut Islam

#### 1. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *albai'* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *asysyira* (beli). Dengan demikian, kata *al-bai'* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli. Menurut bahasa, jual beli berarti menukarkan sesuatu dengan sesuatu.<sup>24</sup> Sedangkan menurut istilah yang dimaksud jual beli atau bisnis adalah:

- a. Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
- b. Menurut Syekh Muhammad ibn Qâsim al-Ghazzi Menurut syara, pengertian jual beli yang paling tepat ialah memiliki sesuatu harta (uang) dengan mengganti sesuatu atas dasar izin syara, sekedar memiliki manfaatnya saja yang diperbolehkan syara untuk selamanya yang demikian itu harus dengan melalui pembayaran yang berupa.
- c. Menurut Imam Taqiyuddin dalam kitab *Kiffayatul al-Akhyar* Saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola (tasharruf) dengan ijab qobul, dengan cara yang sesuai dengan syara.<sup>25</sup>
- d. Ulama Hanafiah mengatakan bahwa, jual beli adalah pertukatan harta benda dengan harta orang lain berdasarkan cara khusus yang diperbolehkan.

---

<sup>24</sup> Eka Nuraini Rachmawati and Ab Mumin bin Ab Ghani, "Akad Jual Beli Dalam Perspektif Fikih Dan Praktiknya Di Pasar Modal Indonesia," (*Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*).4

<sup>25</sup> Shobirin Shobirin, "Jual Beli Dalam Pandangan Islam," *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 3, no. 2 (2016): 239

- e. Imam Namawi mengatakan bahwa, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta yang lain untuk kemilikan.
- f. Ibnu Qudamah mengatakan bahwa, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta yang lain untuk saling menjadikan milik.
- g. Al-Sayyid Sabiq mengatakan bahwa jual beli adalah saling menukar atau pertukaran. Kata jual dan beli dipergunakan biasanya dalam pengertian yang sama.<sup>26</sup>

## 2. Dasar Hukum Jual Beli

Dasar hukum jual beli adalah al-Qur'an dan alhadits, sebagaimana disebutkan dalam surat al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ  
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا  
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا  
خَالِدُونَ

*“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka*

<sup>26</sup> Al-Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah Jilid 12* (Bandung: Al-Maarif, 1997).47

*orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.* (Q.S. Al-Baqarah : 275)

Berdasarkan ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa Allah telah menghalalkan jual beli kepada hamba-hamba-Nya dengan baik dan melarang praktek jual beli yang mengandung riba.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا ﴿١٦﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*  
(Q.S. An-Nisa: 29)

... وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ...

*“Dan persaksikanlah apabila kamu berjual-beli.”*(QS. Al-Baqarah:282).

Allah mengharamkan kepada umat Islam memakan harta sesama dengan jalan batil, misalnya dengan cara mencuri, korupsi, menipu, merampok, memeras, dan dengan jalan lain yang tidak dibenarkan Allah., kecuali dengan jalan perniagaan atau jual beli dengan didasari atas dasar suka sama suka dan saling menguntungkan.

Nabi Saw bersabda dalam hadis yang diriwayatkan oleh imam Bazzar yang berbunyi:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - أَنَّ النَّبِيَّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - سُئِلَ: أَيُّ  
الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: - عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ - رَوَاهُ الْبَيْهَقِيُّ، وَصَحَّحَهُ  
الْحَاكِمِيُّ.

“Dari Rif’ah Ibn Rafi sesungguhnya Rasulullah pernah ditanya “usaha apa yang paling baik? Rasulullah Saw menjawab “Usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang *mabrur* (jujur)”. (H.R. Al-Al-Bazzar dan disahihkan oleh al-Hakim).

Berdasarkan hadits diatas bahwa jual beli hukumnya mubah atau boleh, namun jual beli menurut Imam Asy Syatibi hukum jual beli bisa menjadi wajib dan bisa haram seperti ketika terjadi *ihtikar* yaitu penimbunan barang sehingga persediaan dan harga melonjak naik. Apabila terjadi praktek semacam ini maka pemerintah boleh memaksa para pedagang menjual barang sesuai dengan harga dipasaran dan para pedagang wajib memenuhi ketentuan pemerintah didalam menentukan harga dipasaran serta pedangan juga dapat dikenakan saksi karena tindakan tersebut dapat merusak atau mengacaukan ekonomi rakyat.

Maka jelaslah bahwa hukum jual beli adalah *jaiz* (boleh). Namun tidak menutup kemungkinan perubahan status jual beli itu sendiri, semuanya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya syarat dan rukun jual beli.<sup>27</sup>

### 3. Rukun Dan Syarat Jual Beli

Rukun secara bahasa adalah yang harus dipenuhi untuk sahnya suatu pekerjaan. Sedangkan syarat adalah ketentuan (peraturan, petunjuk) yang harus diindahkan dan dilakukan. Dalam buku Muhammad Amin Suma dijelaskan: rukun (Arab, *rukun*) jamaknya *arkan*, secara harfiah antara lain berarti tiang, penopang dansandaran, kekuatan, perkara besar, bagian, unsur dan elemen. Sedangkan syarat (Arab, *syarth* jamaknya *syara'ith*) secara literal berarti pertanda, indikasi dan memastikan. Menurut istilah rukun diartikan dengan sesuatu yang terbentuk (menjadi eksis) sesuatu yang lain dari keberadaannya, mengingat eksisnya sesuatu itu dengan rukun (unsurnya) itu sendiri, bukan karena tegaknya. Kalau tidak

---

<sup>27</sup> Shobirin, “Jual Beli Dalam Pandangan Islam.”(*Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*) 2016.201

demikian, maka subjek (pelaku) berarti menjadi unsur bagi pekerjaan, dan jasad menjadi rukun bagi sifat, dan yang disifati (*al-maushuf*) menjadi unsur bagi sifat (yang mensifati). Adapun syarat, menurut terminologi para fuqaha seperti diformulasikan Muhammad Khudlari Bek, ialah sesuatu yang ketidakadaannya mengharuskan (mengakibatkan) tidak adanya hukum itu sendiri. Menurut jumhur ulamak rukun jual beli itu ada empat, yaitu:

**Pertama**, Akad (*ijab qobul*), pengertian akad menurut bahasa adalah ikatan yang ada diantara ujung suatu barang. Sedangkan menurut istilah ahli fiqh *ijab qabul* menurut cara yang disyariatkan sehingga tampak akibatnya. Mengucapkan dalam akad merupakan salah satu cara lain yang dapat ditempuh dalam mengadakan akad, tetapi ada juga dengan cara lain yang dapat menggambarkan kehendak untuk berakad para ulama menerangkan beberapa cara yang ditempuh dalam akad diantaranya:

- a. Dengan cara tulisan, misalnya, ketika dua orang yang terjadi transaksi jual beli yang berjauhan maka *ijab qabul* dengan cara tulisan (*kitabah*).
- b. Dengan cara isyarat, bagi orang yang tidak dapat melakukan akad jual beli dengan cara ucapan atau tulisan, maka boleh menggunakan isyarat. Sehingga muncullah kaidah: isyarat bagi orang bisu sama dengan ucapan lidah
- c. Dengan cara *ta'ahi* (saling memberi), misalnya, seseorang melakukan pemberian kepada orang lain, dan orang yang diberi tersebut memberikan imbalan kepada orang yang memberinya tanpa ditentukan besar imbalan.
- d. Dengan cara *lisan al-hal*, menurut sebagian ulama mengatakan, apabila seseorang meninggalkan barang-barang dihadapan orang lain kemudian orang itu pergi dan orang yang ditinggali barang-barang itu berdiam diri saja hal itu dipandang telah ada akad *ida'* (titipan) antara orang

yang meletakkan barang titipan dengan jalan *dalalah al hal*.<sup>28</sup>

**Kedua**, orang yang berakad (subjek) dua pihak terdiri dari *bai'* (penjual) dan *mustari* (pembeli). Disebut juga *aqid*, yaitu orang yang melakukan akad dalam jual beli. Syarat sah nya orang yang melakukan jual beli :

- a. Beragama Islam, syarat orang yang melakukan jual beli adalah orang Islam, dan ini disyaratkan bagi pembeli saja dalam benda-benda tertentu. Misalnya, seseorang dilarang menjual hamba sahaya yang beragama islam sebab besar kemungkinan pembeli tersebut akan merendahkan abid yang beragama islam.
- b. Berakal, yang dimaksud dengan orang yang berakal disini adalah orang yang dapat membedakan atau memilih mana yang terbaik baginya.
- c. Dengan kehendaknya sendiri, yang dimaksud dengan kehendaknya sendiri yaitu bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli tidak dipaksa.
- d. Baligh, baligh atau telah dewasa dalam hukum Islam batasan menjadi seorang dewasa bagi laki-laki adalah apabila sudah bermimpi atau berumur 15 tahun dan bagi perempuan adalah sesudah haid.
- e. Keduanya tidak mubazir, yang dimaksud dengan keduanya tidak mubazir yaitu para pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli tersebut bukanlah manusia yang boros (mubazir).

**Ketiga**, *ma' kud 'alaih* (objek) untuk menjadi sahnya jual beli harus ada *ma' qud alaih* yaitu barang menjadi objek jual beli atau yang menjadi sebab terjadinya perjanjian jual beli Barang yang dijadikan sebagai objek jual beli ini harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Bersih barangnya, maksudnya yaitu barang yang diperjual belikan bukanlah benda yang dikualifikasikan kedalam

---

<sup>28</sup> Ibid.247

benda najis atau termasuk barang yang digolongkan diharamkan.

- b. Dapat dimanfaatkan, maksudnya yaitu barang yang diperjual belikan harus ada manfaatnya sehingga tidak boleh memperjual belikan barang-barang yang tidak bermanfaat.
- c. Milik orang yang melakukan aqad, maksudnya bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli atas sesuatu barang adalah pilihan sah barang tersebut dan atau telah mendapat izin dari pemilik sah barang tersebut.
- d. Mengetahui, maksudnya adalah barang yang diperjual belikan dapat diketahui oleh penjual dan pembeli dengan jelas, baik zatnya, bentuknya, sifatnya dan harganya.
- e. Barang yang di aqadkan ada ditangan, maksudnya adalah perjanjian jual beli atas sesuatu barang yang belum ditangan (tidak berada dalam kekuasaan penjual) adalah dilarang, sebab bisa jadi barang sudah rusak atau tidak dapat diserahkan sebagaimana telah diperjanjikan
- f. Mampu menyerahkan, maksudnya adalah keadaan barang haruslah dapat diserahkan. Jual beli barang tidak dapat diserahkan, karena apabila barang tersebut tidak dapat diserahkan, kemungkinan akan terjadi penipuan atau menimbulkan kekecewaan pada salah satu pihak.

*Keempat*, ada nilai tukar pengganti barang, nilai tukar pengganti barang, yaitu sesuatu yang memenuhi tiga syarat; bisa menyimpan nilai (*store of value*), bisa menilai atau menghargakan suatu barang (*unit of account*) dan bisa dijadikan alat tukar (*medium of exchange*).<sup>29</sup>

#### 4. Jual Beli yang Dilarang

Dalam Perdagangan, kesepakatan dan kerelaan (adanya unsur suka sama suka) sangat ditekankan untuk dilaksanakan atau yang dikenal dengan sebutan *antaradhin*

---

<sup>29</sup> Ibid.251



*minkum* sebagaimana yang tercantum dalam QS surah An-Nisa'(4): 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.” (Q.S An-Nisa’ (4) : 29)

Hanya dengan kesepakatan dan kerelaan yang berpangkal dari suka sama suka saja, tidak menjamin transaksi dapat dinyatakan sah dalam Islam yang mengatur adanya transaksi yang dibolehkan dan tidak dibolehkan, seperti yang dikemukakan oleh Hamzah Ya'qub, Syaifullah MS, *Perdagangan Terlarang...* bahwa transaksi perdagangan dapat dikatakan tidak boleh (haram) jika masuk kedalam tiga kategori yang diharamkan, yaitu:

1. Perdagangan yang terlarang meliputi jenis barang atau zat;
2. Perdagangan yang terlarang meliputi segala usaha atau obyek dagangnya; dan
3. Perdagangan yang terlarang meliputi cara-cara dagang atau jual beli yang terlarang.<sup>30</sup>

Jual beli babi, minuman keras, makanan dan minuman yang diharamkan secara umum, juga patung, lambang salib, berhala Dari segi perdagangan yang dilihat dari jenis dan zatnya terlarang untuk dilakukan, yaitu dengan melihat secara normatif yang terambil dari dasar hukum *syar'i*, walaupun dari segi akadnya perdagangan tersebut dipandang sah , karena terpenuhinya seluruh unsur transaksi yang melingkupi adanya

<sup>30</sup> Syamsul Hilal, “Urgensi Ijarah Dalam Prilaku Ekonomi Masyarakat,” *Asas Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.34

subyek, obyek dan akadnya, namun karena barang yang secara zatnya terlarang, maka ia akan menjadi haram untuk dilaksanakan oleh kaum Muslim. Barang yang disebutkan keharamannya dari segi zatnya yaitu diantaranya jual beli minuman keras, bangkai, daging Babi, dan lainnya.<sup>31</sup>

Jual beli yang dilarang oleh islam diantaranya sebagai berikut :

- a. Menjual kepada seorang yang masih menawar penjualan orang lainnya, atau membeli sesuatu yang masih ditawar orang lainnya. Misalnya, “Tolaklah harga tawarannya itu, nanti aku yang membeli dengan harga yang lebih mahal”. Hal ini dilarang karena akan menyakitkan orang lain.
- b. Membeli dengan tawaran harga yang sangat tinggi, tetapi sebetulnya dia tidak menginginkan benda tersebut, melainkan hanya bertujuan supaya orang lain tidak berani membelinya.
- c. Membeli sesuatu sewaktu harganya sedang naik dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat, kemudian barang tersebut disimpan dan kemudian dijual setelah harganya melambung tinggi.
- d. Mencegat atau menghadang orang-orang yang datang dari desa ke luar kota, lalu membeli barangnya sebelum mereka sampai ke pasar dan sewaktu mereka belum mengetahui harga pasar. Hal ini tidak diperbolehkan karena dapat merugikan orang desa yang datang, dan mengecewakan gerakan pemasaran karena barang tersebut tidak sampai di pasar.
- e. Menjual suatu barang yang berguna, tetapi kemudian dijadikan alat maksiat oleh yang membelinya. Misalnya menjual buah anggur kepada orang yang biasa membuat minuman keras dengan anggur tersebut.

---

<sup>31</sup> Syaifulah MS, “Perdagangan Terlarang Menurut Islam Dalam Tinjauan Maqashid Al-Syari’Ah,” *Jurnal Hunafa* Vol 4 (2007): 217–26.

- f. Membeli barang yang sudah dibeli orang lain yang masih dalam masa *khiyar*.<sup>32</sup>
- g. Membeli barang dengan membayar sejumlah harga terlebih dahulu, sebagai uang muka jika tidak jadi akan diteruskan dengan orang lain dan uang hilang.<sup>33</sup>
- h. Jual beli secara *Bai'najasy* (permintaan palsu), yaitu menaikkan harga bukan karena tuntutan semestinya, melainkan hanya semata-mata untuk mengelabui orang lain (agar mau membeli dengan harga tersebut).
- i. Menjual sesuatu yang haram. Misalnyadan sejenisnya. Pembolehan dalam menjual dan memperdagangkannya berarti mendukung praktek maksiat, merangsang orang untuk melakukannya, atau mempermudah orang untuk melakukannya, sekaligus mendekatkan mereka kepadanya.
- j. Jual beli yang tidak transparan. Setiap transaksi yang memberi peluang. Terjadinya persengketaan, karena barang yang dijual tidak transparan, atau ada unsur penipuan yang dapat membangkitkan permusuhan antara dua belah pihak yang bertransaksi, atau salah satu pihak menipu pihak lain, dilarang oleh Nabi SAW. Misalnya menjual calon anak binatang yang masih berada dalam tulang punggung binatang jantan, atau anak unta yang masih dalam kandungan, burung yang berada di udara, atau ikan yang masih di dalam air, dan semua jual beli yang masih ada unsur tidak transparan.<sup>34</sup>

## 5. Macam-Macam Jual Beli Dalam Islam

Macam-macam jual beli (bisnis) dalam Islam, dapat dilihat pada dua sudut pandang yaitu dari kaca mata hukum Islam dan dari kaca mata barang yang di perjual belikan. Bisnis dilihat dari kaca mata hukum Islam di bagi

---

<sup>32</sup> Sulaiman Rasyid, *Fiqh Islam* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2005).284

<sup>33</sup> Hasbi Shiddieqy, Ash, *Hukum-Hukum Fiqih Islam, (Tinjauan Antar Mazhab)* (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2001).354

<sup>34</sup> Rasyid, "*Fiqh Islam*"(*Jurnal Ekonomi Syariah*) 2018.286

menjadidua macam, yaitu jual beli (bisnis) yang sah menurut hukum Islam dan jual beli yang batal menurut hukum Islam.<sup>35</sup>

Jual beli (bisnis) yang dapat dibatalkan menurut hukum Islam, yaitu;

- a. jual beli barang yang di haramkan,
- b. Jual beli sperma (mani) hewan. Hukum Islam mebolehkan untuk menjual daging kambing yang belum di kuliti dengan ukuran timbang ,dan sama halnya dengan di bolehkan menjual ayam sembelihan dengan kotorannya masih di dalam perut ayam tersebut.
- c. Jual beli dengan perantara (al-wasilat), melalui perantara artinya memesan barang dengan akad jual membeli yang belum sempurna membayarnya tetapi tiba tiba ia mundur dari hak akad. Para ulama' memperbolehkan jual beli dengan membayar dahulu agar barang tersebut tidak di beli oleh orang lain.
- d. Jual beli anak binatang yang masih berada di perut induknya karena barangnya belum ada jadi tidak dibolehkan.
- e. Jual beli *muhaqallah / baqallah* tanah, sawah dan kebun maksudnya jual beli tanaman yang masih diladang atau sawah yang belum pasti wujudnya, hal ini masih diragukan bisa mengakibatkan ketidak rilaan dari pembeli atau penyesalan dari penjual, termasuk kategori jual beli *gharar*.
- f. Jual beli *mukhadharah*, yaitu menjual buah-buahan yang belum pantas untuk panen, di dilarang karena masih samar karena dapat dimungkinkan buah itu jatuh tertiuip angin sebelum diambil oleh pembelinya atau busuk dan lain sebagainya.
- g. Jual beli *muammasah*, yaitu jual beli secara sentuh menyantuh kain yang sedang dipajangkan, orang yang menyentuh kain tersebut harus membeli.

---

<sup>35</sup> Shobirin, "Jual Beli Dalam Pandangan Islam."( *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* )253

- h. Jual beli dengan *munabadzah*, yaitu jual beli secara lempar melempar, maksudnya seperti pelelangan barang harga yang paling besar itu yang akan mendapatkan barang tersebut, hal ini ditakutkan adanya penipuan.
- i. Jual beli *muzaabanah*, yaitu menjual barang yang basah dan yang kering, maksudnya barang yang diperjual belikan dicampur dan mengakibatkan tidak adanya keseimbangan barang.<sup>36</sup>

Sedangkan jual beli ditinjau dari segi benda dibagi menjadi tiga macam. Pendapat ini dikemukakan oleh Imam Taqiyuddin, jual beli dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu.<sup>37</sup>

1. Jual beli benda yang kelihatan, yaitu pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperdagangkan ada di depan penjual dan pembeli.
2. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian, yaitu jual beli salam (pesanan). Salam adalah untuk jual beli yang tidak tunai (kontan), pada awalnya meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya adalah perjanjian sesuatu yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa-masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.
3. Jual beli benda yang tidak ada serta tidak dapat dilihat, yaitu jual beli yang dilarang oleh agama Islam, karena barangnya tidak tentu atau masih gelap, sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Ibid.254

<sup>37</sup> Suhendi, "*Fiqh Muamalah*"(Skripsi UII) 2017.141

<sup>38</sup> Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002).141

## **B. Harga dan Promosi Dalam Islam**

### **1. Harga Dalam Islam**

#### **a) Pengertian Harga Dalam Islam**

Harga suatu barang dan jasa merupakan penentu bagi permintaan pasar. Pengertian harga secara terminologi dalam bahasa arab, yaitu *As-sī'ru*. Yang secara harfiah, *As-sī'ru* (harga) adalah segala sesuatu yang bisa dijadikan *Tsaman* (alat barter dalam jual beli). Adapun secara definisinya, sebagai mana tertera dalam buku *Mausu'ah al-Iqtisod al-Islamy*, Dr. Rif'at Sayyid al-Iwadhi menjelaskan dalam pengertian ekonomi islam, harga adalah sebuah ukuran dijualnya suatu barang, yang mana mahal dan murah nya ditentukan oleh Allah Swt semata, dan tanpa melepas beberapa faktor yang mempengaruhi oleh barang itu sendiri.

Sejalan dengan pendapat Dr. Rif'at Sayyid al-Iwadhi, pengertian harga dalam perspektif Islam menurut Rachmat Syafei, harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya harga dijadikan penukar barang yang diridhoi oleh kedua pihak yang akad. Jadi, harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa di mana kesepakatan tersebut diridhoi oleh kedua belah pihak.<sup>39</sup>

Dari beberapa definisi harga tersebut dapat disimpulkan bahwa harga merupakan ukuran dari suatu barang atau jasa yang mana untuk mendapatkannya dibutuhkan adanya alat tukar yaitu berupa uang atau selainnya yang mana kedua belah pihak saling meridhoi.

#### **b) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga**

Ibnu Taimiyah mengemukakan alasan-alasan dan faktor-faktor ekonomi yang mempengaruhi harga (naik turunnya harga) di pasar. Sehubungan dengan ini, ia pun selalu

---

<sup>39</sup> Djasmin Saladin, *Intisari Pemasaran Dan Unsur-Unsur Pemasaran* (Bandung: Linda Karya, 2002).<sup>49</sup>

menghubungkan dengan kekuatan-kekuatan pasar serta peranan permintaan dan penawaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga itu adalah :

1) Faktor kezaliman (*al-Zulm*)

Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turunnya harga tidak selaludisebabkan oleh tindakan tidak adil (*al-Zulm*) dari sebagian orang terlibat transaksi.<sup>40</sup> Menurutnya tindakan ini biasanya muncul dari seseorang yang sangat mementingkan diri sendiri dan tidak mau berlaku adil. Karena keadilan menghendaki agar jangan terlalu mementingkan diri sendiri terhadap siapapun, kecuali bila bertindak secara adil. Menurut Ibnu Taimiyah pedagang harus berprinsip tidak terlalu mementingkan keuntungan yang berlawanan dengan keadilan, sebab tindakan mencari keuntungan secara tidak adil berarti melakukan pelanggaran terhadap orang lain.<sup>41</sup> Disini kata *al-zulm* tersebut digunakan dalam arti para penjual mengadakan kenaikan-kenaikan harga yang tidak wajar dan membawa kepada kesengsaraan masyarakat. Sehubungan dengan ini, perbuatan zalim sangat mempengaruhi harga di pasar, dan tidak dibenarkan agama karena merupakan tindakan melanggar hukum.

2) Produksi Lokal dan Impor barang-barang

Menurut Ibnu Taimiyah produksi lokal dan impor barang-barang kebutuhan sangat mempengaruhi harga di pasar-pasar. Produksi lokal dan impor merupakan sarana untuk pemenuhan permintaan pasar. Biaya produksi dan impor merupakan sarana untuk pemenuhan permintaan pasar. Biaya produksi dan impor harus dipertimbangkan dalam penentuan harga barang-barang di pasar. Semakin tinggi biaya produksi, maka akan semakin tinggi pula harga barang yang didistribusikan, begitu pula dengan barang-barang impor.

---

<sup>40</sup> Ibnu Taimiyah, *Al-Hisbah Fil Al-Islam* (Kairo: al Jami'ah al Islamiyah, 1976).30

<sup>41</sup> Ibid.34



### 3) Pertumbuhan Jumlah Penduduk

Ibnu Taimiyah menggabungkan pertumbuhan jumlah penduduk dengan penurunan komoditi, menurutnya hal itu sangat berpengaruh sekali terhadap harga, karena saling terkait antara satu dengan yang lain. Ia mengatakan “Jika orang menjual barangnya menurut cara yang umum diterima tanpa ada kezaliman para pihak dan harga naik karena turunnya komoditi (*qillat al Syai*)” atau karena naiknya jumlah penduduk, maka ini sudah ketentuan oleh Allah Swt”.

Ibnu Taimiyah juga mencatat beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan serta konsekuensinya terhadap harga, yaitu:

- a) Keinginan konsumen (*al-raghbah*) terhadap jenis barang sering berbeda-beda dan beranekaragam. Keinginan tersebut karena melimpah ruahnya jenis barang-barang yang ada atau perubahan yang terjadi karena kelangkaan barang yang diminta (*al-mathlūb*). Semakin sedikit jumlah suatu barang yang tersedia akan semakin diminati oleh masyarakat.
- b) Perubahan harga juga tergantung pada jumlah para konsumen (*thullāb*). Jika jumlah para konsumen suatu jenis komoditi banyak maka harga akan naik dan terjadi sebaliknya harga akan turun jika jumlah permintaan kecil.
- c) Harga akan dipengaruhi juga oleh menguatnya atau melemahnya tingkat kebutuhan akan suatu barang, karena meluasnya jumlah dan ukuran dari kebutuhan, bagaimanapun besar atau kecilnya.
- d) Harga itu juga dipengaruhi oleh alat pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual beli. Jika yang digunakan umum dipakai, harga akan lebih rendah

ketimbang jika membayar dengan uang yang jarang akan diperedaran<sup>42</sup>

### c) Konsep Harga Yang Adil Dalam Islam

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan, termasuk juga dalam penentuan harga. Harga yang adil pernah digunakan Rasulullah SAW, dalam mengomentari kompensasi bagian bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjad manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil. Penggunaan istilah ini juga ditemukan dalam laporan tentang Khalifah dan Ali bin Abi Thalib. Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas *diyat* (denda), setelah nilai dirham turun sehingga harga-harga naik. Istilah *Qimah al-*adl** juga banyak digunakan oleh para hakim yang telah mengodifikasikan Hukum Islam tentang transaksi bisnis dalam objek barang cacat yang dijual, perebutan kekuasaan, membuang jaminan atas hak milik dan sebagainya. Konsep harga yang adil atas konsep *Equivalen Pice* jelas lebih menunjukan perdagangan yang maju dalam teori harga dengan konsep *Just Price*. Konsep ini hanya melihat bagian harga dari sisi produsen sebab mendasari pada biaya produksi saja. Konsep ini jelas memberikan rasa keadilan dalam prespektif yang lebih luas, sebab konsumen juga memiliki penilaian tersendiri atas dasar harga suatu barang. Itulah sebabnya syari'ah Islam sangat menghargai harga yang terbentuk atas dasar kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.

Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang Islami. Bahkan, keadilan seringkali dipandang sebagai inti sari dari ajaran Islam dan dinilai Allah

---

<sup>42</sup> Adiwarmarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2014).367

sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan.<sup>43</sup> Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga dan juga sekaligus melindungi hak keduanya. Islam membolehkan bahkan mewajibkan pemerintah melakukan intervensi harga, bila kenaikan harga disebabkan oleh distorsi terhadap permintaan dan penawaran. Kebolehan intervensi harga antara lain:

1. Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (*profit margin*) sekaligus melindungi pembeli dalam hal *purchasing power*.
2. Bila tidak dilakukan intervensi harga maka penjual dapat menaikkan harga dengan cara ikhtikar. Dalam hal ini penjual menzalimi pembeli.
3. Pembeli biasanya mewakili masyarakat yang lebih luas, sedangkan penjual mewakili kelompok masyarakat yang lebih kecil, sehingga intervensi harga berarti pula melindungi kepentingan masyarakat yang lebih luas.<sup>44</sup>

Keadilan merupakan nilai paling asasi dalam ekonomi Islam. Menegakkan keadilan dan membrantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah para Rasulullah. Keadilan sering kali diletakkan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan. Seluruh ulama terkemuka sepanjang sejarah Islam menempatkan keadilan sebagai unsur paling utama dalam *maqashid syariah*. Sayyid Qutb menyebutkan keadilan sebagai unsur pokok komprehensif dan terpenting dalam aspek seluruh kehidupannya.<sup>45</sup> Menurut *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI)*, berdasarkan makna adil yang ada dalam Al-

---

<sup>43</sup> Yusuf Kardawi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam, Cetakan Keempat Hadist Nomor 1314, Bab Al-Buyuu'*, (Jakarta: Robbani Pers, 2004).316

<sup>44</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Ekonomisia, 2002).203

<sup>45</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2009).59

Qur'an sebagaimana disebutkan di atas, maka bisa dirutunkan nilai turunan yang berasal darinya sebagai berikut :<sup>46</sup>

- a. **Persamaan Kompensasi**, Persamaan kompensasi adalah pengertian adil yang paling umum, yaitu bahwa seseorang harus memberikan kompensasi yang sepadan kepada pihak lain sesuai dengan pengorbanan yang telah dilakukan. Pengorbanan yang telah dilakukan ini yang menimbulkan hak kepada seseorang yang telah melakukan pengorbanan untuk memperoleh balasan yang seimbang dengan pengorbanannya.
- b. **Persamaan Hukum**, Persamaan hukum disini berarti setiap orang harus diperlakukan sama dimuka hukum. Tidak boleh ada diskriminasi terhadap seseorang di mukahukum atas dasar apa pun juga. Dalam konteks ekonomi, setiap orang harus diperlakukan sama dalam setiap aktivitas maupun transaksi ekonomi. Tidak adal alasan untuk melebihkan hak suatu golongan atas golongan lain hanya karena kondisi yang berbeda dari kedua golongan tersebut.
- c. **Moderat**. Moderat disini dimaknai sebagai posisi tengah-tengah. Nilai adil disini dianggap telah diterapkan seseorang jika seseorang yang bersangkutan mampu memposisikan dirinya dalam posisi ditengah maka dalam hal ini memberikan implikasi bahwa seseorang harus mengambil posisi ditengah dalam arti tidak mengambil keputusan yang terlalu memperingan, misalnya dalam hal pemberian kompensasi.
- d. **Proporsional**, Adil tidak selalu diartikan kesamaan hak, namun hak ini disesuaikan dengan ukuran setiap individu atau proporsional, baik dari sisi tingkat kebutuhan, kemampuan, pengorbanan tanggung

---

<sup>46</sup> Ibid.60

jawab ataupun kontribusi yang diberikan oleh seseorang.

## 2. Promosi dan Potongan Harga Dalam Islam

### a. Pengertian Promosi

Promosi dalam arti sempit ialah aktivitas pemasaran yang berkaitan dengan harga, barang atau produk, dan lokasi dalam kata lain disebut dengan bauran pemasaran. Menurut A.hamdani, promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilakuakn oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Aktivitas promosi bertujuan untuk mempengaruhi konsumen untuk malakukan pembelian produk atau jasa, yang disampaikan melalui alat komunikasi yang dilakukan produsen hal ini disebut dengan kegiatan promosi. Dengan demikian promosi dapat diartikan sebagai suatu upaya atau alat komunikasi guna memperkenalkan suatu produk dari perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli sehingga dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan. Promosi lazim disebut dengan promo, atau sering disingkatkan dengan promo.<sup>47</sup>

### b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Promo

Menentukan variabel-variabel bauran promosi yang paling efektif merupakan tugas yang sulit dalam manajemen pemasaran. Dalam praktek manajemen harus mencari kombinasi yang terbaik atas penggunaan alat alat tersebut. Selain itu, seberapa besar hasil yang dapat dicapai dari pengeluaran-pengeluaran untuk kegiatan promosi juga sulit diketahui Namun secara kuantitatif dapat dicari hasil yang paling mendekati kebenarannya,

---

<sup>47</sup> Veronica Nim, Lala Veronica Nim, *Sistem Promo Dalam Prktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif Bidang Hukum Ekonomi Syariah Oleh,(Skripsi Hukum Ekonomi Syariah) 2020.20*

yaitu dengan menggunakan pendekatan statistik. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penentuan kombinasi yang baik dari variabelvariabel bauran promosi:<sup>48</sup>

- 1) Jumlah Dana, Suatu perusahaan yang mempunyai dana yang besar kegiatan promosinya akan lebih optimal dibanding dengan perusahaan yang hanya mempunyai dana terbatas.
- 2) Sifat pasar, ada tiga macam sifat pasar yaitu, Luas pasar secara geografis, jenis pelanggan dan konsentrasi pasar.
- 3) Sifat Produk, Strategi promosi juga dipengaruhi oleh sifat produknya, mendiferensiasikan produk sebuah perusahaan dengan produk pesaing. Seperti pada produk konverian, strategi ini memerlukan strategi periklanan memerlukan strategi distribusikan secara luas tidak memerlukan demonstrasi suatu penerangan, sedangkan pada produk industri cukup dengan *personalselling*.

Tahap-tahap Dalam Produk, memerlukan strategi periklanan sebab produkproduk konverian didistribusikan secara luas tidak memerlukan demonstrasi suatu penerangan, sedangkan pada produk industri cukup dengan personal selling. Tahap-tahap dalam produk *life cycle* Produk itu seperti manusia, yang memiliki usia hidup, yang mana produk *life cycle* ini meliputi beberapa tahapan yang berbeda-beda, dan masing-masing tahapan berada pada lingkungan pemasaran yang berbeda pula. Panjangnya *life cycle* ini membawa pada perbedaan antara produk yang satu dengan yang lainnya. Kita dapat melihat dengan volume penjualan.

---

<sup>48</sup> Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Ke Dua* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002).57

### c. Pengertian Potongan Harga (Diskon)

Diskon atau potongan harga merupakan sesuatu yang umum digunakan yang dapat berguna daya tarik bagi pembeli untuk membeli dalam jumlah besar. Manfaat yang diperoleh bagi penjual adalah penjualan dalam jumlah banyak akan mengurangi biaya produksi tiap unitnya. Manfaat bagi pembeli adalah akan mengurangi biaya pesanan dan pembayaran harga satuan lebih rendah dari biasanya, tetapi kerugian yang dapat timbul adalah membengkaknya biaya penyimpanan karena pemesanan yang lebih besar akan meningkatkan insventory.<sup>49</sup>

Diskon juga disebut dengan istilah *khasm*. Diskon dalam jual beli Islam terdapat pada akad *muwadla'ah* atau *Al-Wadli'ah*. Akad *muwadla'ah* merupakan bagian dari prinsip jual beli dari segi perbandingan harga jual dan harga beli. *Bay' al-muwadla'ah* adalah jual beli dimana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah dari pada harga pasar atau dengan potongan (diskon).<sup>50</sup>

Potongan harga merupakan pengurangan terhadap harga yang telah ditetapkan, hal tersebut dikarenakan pembeli memenuhi syarat yang telah ditetapkan. Sistem diskon sering digunakan oleh produsen atau penjual dalam meningkatkan penjualannya, karena bisa menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan. Sistem diskon biasanya dilakukan dengan cara memotong beberapa persen dari harga asli, dengan menggunakan prosentase, sehingga harga yang ditawarkan akan berkurang dengan harga asli dari penawaran produk.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> Saputro edi, "Pemberian Diskon dalam Pelaksanaan Jual Beli di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." ( *World Development* 1, no. 1 (2018): 1–15. 12

<sup>50</sup> Saputro edi, "PEMBERIAN DISKON DALAM PELAKSANAAN JUAL BELI DI PASAR CENDRAWASIH KOTA METRO PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH."13

<sup>51</sup> Afibatus Afida and M. Taufiq Zamzami, "Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu Di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga," *J-HES: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 04, no. 2 (2020): 96–111.104



#### d. Dasar Hukum Potongan Harga

Hukum potongan harga diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti penipuan kepada konsumen, menimbulkan kerugian pada orang lain, dan lain sebagainya. Seperti yang terdapat pada dalil- dalil berikut ini:

##### 1. Al- Qur'an

Firman Allah QS. An-Nisa [4] ; 29

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”(Q.S. An-Nissa [4] : 29).*

Berdasarkan ayat di atas dapat diketahui bahwa dalam Islam jual beli diperbolehkan jika atas dasar suka sama suka dan berlaku jujur dalam hal jual beli sehingga dapat terhindar dari hal yang haram. Jika dikaitkan dengan harga, pada dasarnya diperbolehkan dengan dasar suka sama suka dengan adanya kejujuran antara kedua belah pihak dalam hal potongan harga.

##### 2. Sunnah

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلَيْدِ الدَّمَشَقِيُّ حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدِينِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

*"Telah menceritakan kepada kami [Al Abbas bin Al Walid Ad Dimasyqi] berkata, telah menceritakan kepada kami [Marwan bin Muhammad] berkata, telah menceritakan kepada kami [Abdul Aziz bin Muhammad] dari [Dawud bin Shalih Al Madini] dari [Bapaknya] berkata; aku mendengar [Abu Sa'id] ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Hanyasanya jual beli berlaku dengan saling ridha." (HR. Ibnu Majah Nomor 2176).*

Berdasarkan hadist diatas terlihat bahwa perniagaan atau jual beli diperbolehkan jika dilakukan atas dasar ridha. Ridha dalam hal ini adalah kerelaan dan tidak ada paksaan antara penjual dan pembeli.<sup>52</sup>

### 3. Kaidah Fiqh

Berdasarkan kaidah fiqh bahwa asal muamalah adalah boleh kecuali jika ada dalil yang mengharamkannya. Selain itu kaidah ini adalah bahwa boleh dalam setiap muamalah dan transaksi, pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, kerja sama, dan perwakilan kecuali yang tegas-tegas diharamkan seperti tipuan, judi dan riba. Sebagaimana diketahui sebelumnya bahwa prinsip muamalah adalah boleh selama tidak ada dalil yang melarangnya. Atas dasar itulah maka hukum potongan harga pada dasarnya adalah boleh selama dilakukan menurut cara yang dibenarkan oleh syariat, tidak menimbulkan bahaya dan kerugian di salah satu pihak.

#### e. Tujuan Pemberian Potongan Harga (Diskon)

Tujuan Pemberian Diskon Tujuan diadakannya potongan harga atau diskon menurut nitisemito yang ditulis didalam buku Arif Isnaini adalah sebagai berikut :

- 1) Mendorong pembeli untuk membeli dalam jumlah yang besar, sehingga volume penjualan diharapkan akan bisa naik.

---

<sup>52</sup> Luqmanul Hakim, "Studi Hadis Birrul Walidain : Hadis Sunan Ibn Majah No Indeks 3664 Perspektif Muhammad Nashiruddin Al-Albani," 2019. 40.

- 2) Pembelian dapat dipusatkan perhatiannya pada penjual tersebut, sehingga hal ini dapat menambah atau mempertahankan langganan penjual yang bersangkutan.
- 3) Merupakan sales service yang dapat menarik terjadinya transaksi pembelian.
- 4) Mengidentifikasi dan menarik konsumen baru.
- 5) Memperkenalkan produk baru.
- 6) Meningkatkan jumlah konsumen untuk produk yang telah dikenal secara luas.
- 7) Mendorong penggunaan yang lebih banyak diantara konsumen yang telah terjangkau.
- 8) Menginformasikan kepada konsumen tentang peningkatan kualitas produk.
- 9) Mengajak konsumen untuk mendatangi toko tempat penjualan produk.
- 10) Menstabilkan pola penjualan.
- 11) Meningkatkan persediaan bagi perantara.
- 12) Mengimbangi upaya pemasaran pihak pesaing.<sup>53</sup>

#### f. **Macam-Macam Potongan Harga**

Ada beberapa macam bentuk dari diskon, diantaranya sebagai berikut :

- 1) Diskon Tunai yang dimaksud dengan diskon tunai adalah pengurangan harga untuk pembeli yang segera membayar tagihannya atau membayar tagihan tepat pada waktunya yang biasanya ditetapkan sebagai prosentase harga yang tidak perlu dibayar. Diskon Kuantitas (*Quanty Discount*) Diskon kuantitas atau yang bisa disebut *Quanty Discount* adalah pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah yang besar. Diskon ini dapat diberikan atas dasar tidak kumulatif dengan tiap pesanan yang dilakukan

---

<sup>53</sup> Afida and Zamzami, "Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu Di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga." (*Skripsi Management Bisnis Syariah*) 2017.82

atau atas dasar kumulatif dengan jumlah unit yang dipesan untuk suatu periode diskon.

- 2) Diskon Fungsional (*Functional Discount*) Diskon fungsional juga sering disebut diskon perdagangan (*Trade Discount*), diskon ini biasanya ditawarkan oleh produsen atau penjual pada para anggota saluran perdagangan jika mereka melakukan fungsi-fungsi tertentu seperti menjual, menyimpan, dan melakukan pencatatan.
- 3) Diskon Musiman (*Seasonal Discount*) Yang dimaksud dengan diskon musiman adalah pengurangan harga untuk pembeli yang membeli barang atau jasa diluar musimnya. Penjual akan menawarkan diskon musiman untuk pengecer pada musim semi dan musim panas untuk mendorong dilakukannya pemesanan lebih awal.
- 4) Potongan (*Allowance*) Potongan adalah pengurangan dari daftar harga yang semula, misalnya potongan tukar tambah (*trade-in allowance*) dan potongan promosi (*propotional allowance*), yang dimaksud dengan potongan tukar tambah (*trade-in allowance*) adalah pengurangan harga yang diberikan untuk menyerahkan barang lama ketika membeli yang baru. Potongan tukar tambah paling umum terjadi dalam industri mobil dan juga terdapat pada jenis barang yang tahan lama. Sedangkan yang dimaksud dari potongan promosi (*propotional allowance*) adalah pengurangan pembayaran atau harga untuk memberi imbalan pada penyalur karena berperan serta dalam pengiklanan dan program pendukung penjualan.<sup>54</sup>

#### **g. Nilai Positif dan Negatif Potongan Harga**

Fenomena yang terjadi dimasyarakat mengenai potongan harga adalah dengan harga yang murah. Pemberian potongan harga akan berdampak terhadap konsumen, terutama dalam pola pembelian konsumen yang akhirnya juga

---

<sup>54</sup> Ibid.105

berdampak terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan. Pembelian dapat dipusatkan perhatiannya pada penjual tersebut, sehingga hal ini dapat menambah atau mempertahankan langganan penjual yang bersangkutan. Merupakan yang dapat menarik terjadinya transaksi pembelian.

Potongan harga sendiri memiliki dampak positif yaitu konsumen bisa membeli kebutuhan dengan harga yang terjangkau atau murah. Dengan harga yang relatif murah maka konsumen akan terus membeli di toko tersebut dan juga biasanya dengan adanya potongan harga, konsumen membeli dengan jumlah yang relatif banyak. Tetapi potongan harga juga bisa berdampak buruk karena bisa menimbulkan pemborosan. Potongan harga diberikan dengan tujuan tertentu baik hal tersebut menguntungkan bagi perusahaan maupun konsumen. Namun di sisi lain terdapat nilai positif dan negatif yang menyertainya seperti sebagai berikut:

1. Mendorong pembelian dalam jumlah besar.
2. Mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih pendek.
3. Mengikat pelanggan agar tidak berpindah ke tempat perbelanjaan yang lain.<sup>55</sup>

Disisi lain dapat juga kita lihat bahwa potongan harga memiliki beberapa aspek yang harus diperhatikan yaitu:<sup>56</sup>

1. Barang akan segera digantikan oleh model yang lebih baru.
2. Ada yang tidak beres dengan produk ini sehingga mengalami kesulitan dalam penjualannya.
3. Perusahaan mengalami masalah keuangan yang gawat.
4. Harga akan turun lebih jauh lagi apabila harus menunggu lebih lama.
5. Mutu produk ini oleh perusahaan diturunkan.

---

<sup>55</sup> Sutisna, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001).303

<sup>56</sup> Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009).148

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Suardi. "Jual Beli Sperma Dalam Perspektif Hukum Islam." *Asas* 9 (2017).
- Afida, Afibatus, and M. Taufiq Zamzami. "Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu Di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga." *J-HES: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 04, no. 2 (2020).
- Al-Sayyid Sabiq. *Fikih Sunnah Jilid 12*. Bandung: Al-Maarif, 1997.
- Angipora, Marius P. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Ke Dua*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002.
- Azwar Karim, Adiwarmam. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2014.
- Hakim, Luqmanul. "Studi Hadis Birrul Walidain : Hadis Sunan Ibn Majah No Indeks 3664 Perspektif Muhammad Nashiruddin Al-Albani," 2019.
- Hamid, Edy Suandi, and Y. Sri Susilo. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta\*." *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan* 12, no. 1 (2015)
- Hasan, M.Iqbal. *Pokok Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2002.
- Hilal, Syamsul. "Urgensi Ijarah Dalam Prilaku Ekonomi Masyarakat." *Asas Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2013).
- Ikhsan, M. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon Di Toko Bata Jl. Yos Sudarso Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung," 2017.
- Indonesia, McDonalds. "Sejarah McDonalds," n.d.
- Kardawi, Yusuf. *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam, Cetakan Keempat Hadist Nomor 1314, Bab Al-Buyuu'*. Jakarta: Robbani Pers, 2004.

- Keller, Kotler dan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Lisdiana. “Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah.” *Skripsi, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018.
- Listia, Wan Nova. “Anak Sebagai Makhluk Sosial.” *Bunga Rampai Usia Emas* 1, no. 1 (2015).
- Marzuki. *Pengantar Studi Hukum Islam*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2018.
- Mas’adi, Ghufron A. *Fiqh Muamalah Kontekstual*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002.
- Nur, Sunardi. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Rajawali Press, 2017.
- Nuraini Rachmawati, Eka, and Ab Mumin bin Ab Ghani. “Akad Jual Beli Dalam Perspektif Fikih Dan Praktiknya Di Pasar Modal Indonesia,” n.d.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Press, 2009.
- Rahmah, Aulia. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Permainan Dengan Menggunakan Kartu Zone Di Mall Ramayana, Kecamatan Tanjung Karang Kota Bandar Lampung”.” (*Skripsi, UIN Raden Intan Lampung*, 2016.
- Rasyid, Sulaiman. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2005.
- Ratmawati, Anita. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Etika Promosi Penjualan Melalui Media.” *Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwekerto*, 2017.
- Saladin, Djasmin. *Intisari Pemasaran Dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya, 2002.
- Saputro edi, Juwanto. “Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.” *World Development* 1, no. 1 (2018).



- Shiddieqy, Ash, Hasbi. *Hukum-Hukum Fiqih Islam, (Tinjauan Antar Mazhab)*. Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2001.
- Shobirin, Shobirin. “Jual Beli Dalam Pandangan Islam.” *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 3, no. 2 (2016).
- Sholikhah, Imroatus, Mahmud Sairan, and Nurfia Oktaviani Syamsiah. “Aplikasi Pembelian Dan Penjualan Barang Dagang Pada CV Gemilang Muliatama Cikarang.” *Teknik Komputer AMIK BSI III*, no. 1 (2017).
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Ekonomisia, 2002.
- Sugiyono, D. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, 2013.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002.
- Sutisna. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Syaifullah MS. “Perdagangan Terlarang Menurut Islam Dalam Tinjauan Maqashid Al-Syari’Ah.” *Jurnal Hunafa Vol 4* (2007).
- Taimiyah, Ibnu. *Al-Hisbah Fil Al-Islam*. Kairo: al Jami’ah al Islamiyah, 1976.
- Tarantang, Jefry, Annisa Awwaliyah, Maulidia Astuti, and Meidinah Munawaroh. “Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia.” *Jurnal Al-Qardh* 4, no. 1 (2019).
- Veronica Nim, Lala. *Sistem Promo Dalam Praktik Jual Beli Di Indomaret Kabupaten Bengkulu Tengah Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif (Skripsi, Hukum Ekonomi Syariah)*, 2020.
- “Wawancara Kepada Saudara Zulian Syamrizal Selaku Konsumen Pengguna Aplikasi McDonalds,” September 12, 2022.
- “Wawancara Kepada Saudara Rizky Ardianto Selaku Konsumen Pengguna Aplikasi McDonalds,” September 14, 2022.

“Wawancara Kepada Bapak Ade Wahyudin Selaku RGM Di Store McDonalds Kemiling,” September 10, 2022.

“Wawancara Kepada Hafizh Asyadiqie Selaku Staff Di Store McDonalds Kemiling,” September 7, 2022.

“Wawancara Kepada Ibu Aida Kusumawati Selaku Konsumen McDonalds,” September 12, 2022.

“Wawancara Kepada Ibu Nadia Ayu Iranda Selaku Konsumen McDonalds,” September 14, 2022.

“Wawancara Kepada Ibu Yuyun Berlian Selaku Pihak Marketing Store McDonalds Kemiling,” September 10, 2022.

