

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERUBAHAN  
PERSENTASE DISKON YANG SUDAH DI TETAPKAN  
(Studi di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

**MHD. ILHAM FADEL**

**NPM: 1621030532**



**Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah)**

**FAKULTAS SYARI'AH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1442H / 2022M**

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERUBAHAN  
PERSENTASE DISKON YANG SUDAH DI TETAPKAN**  
(Studi di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)  
Dalam Ilmu Syari'ah

Oleh :

**MHD. ILHAM FADEL**

**NPM: 1621030532**

**Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah (*Muamalah*)**

**Pembimbing I : Dr. Iskandar Syukur, M.A.**  
**Pembimbing II : Frenki, M.Si.**

**FAKULTAS SYARI'AH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1442H / 2022M**

## ABSTRAK

Sistem potongan harga lazimnya disebut dengan sistem diskon, dimana pembeli mendapatkan potongan harga dari harga aslinya untuk barang tertentu. Hal ini tentu sangat menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang tersebut. Diskon biasanya diberikan berkisar antara 5% bahkan 70%. Dalam hal jual beli, tentu sebagai pembeli setiap orang harus cermat dalam memilih harga barang yang akan dibeli. Membandingkan harga barang dari satu tempat penjualan dengan tempat yang lain tentu lazim dilakukan. Termasuk juga apabila terdapat diskon di suatu tempat perbelanjaan, tentunya pembeli juga mengetahui harga umum barang tersebut yang dijual di pasaran sebelum diberlakukan potongan harga atau diskon.

Rumusan permasalahan pada penelitian ini adalah 1) Bagaimana sistem diskon yang ada pada Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung ? 2) Bagaimana tinjauan hukum Islam mengenai perubahan persentase diskon yang sudah ditetapkan di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung?

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang mana sumber data diperoleh dari lapangan dengan objek penelitian adalah mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer yang berasal dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder dipergunakan untuk menunjang penelitian ini bersumber dari buku, jurna dn juga kajian penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif sehingga analisis data yang dipergunakan adalah deskriptif kualitatif.

Berdasarkan data hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa 1) Sistem diskon di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung terdiri dari diskon potongan harga, diskon berdasarkan kuantitas, dan diskon promo menggunakan kartu member. Penerapan diskon berpedoman pada momen dan kebutuhan masyarakat dengan besaran diskon dalam

bentuk persentase mulai dari diskon tunggal sebesar 5%- yang tertinggi mencapai 90% dan penerapan diskon ganda seperti 50%+20%, 50%+40% dan lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak mall Ramayana Tanjung Karang dan konsumen sistem diskon yang paling diminati adalah diskon potongan harga. 2) Tinjauan hukum Islam mengenai perubahan persentase diskon yang sudah ditetapkan di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung terjadi pada sistem diskon ganda, hal ini disebabkan karena adanya perbedaan pandangan atau asumsi dalam benak konsumen dengan konsep diskon ganda yang diberikan oleh pihak mall. Didalam transaksi ini juga terdapat unsur *tadlis* dalam hal harga ialah penipuan harga jual yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli.

**Kata Kunci : Diskon, Persentase, Hukum islam**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS SYARI'AH**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp ( 0721) 703289

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MHD. ILHAM FADEL  
NPM : 1621030532  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah ( Muamalah )  
Fakultas : Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERUBAHAN PERSENTASE DISKON YANG SUDAH DI TETAPKAN (Studi Di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan dipublikasikan ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun. Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 2 Februari 2022  
Penulis,



**MHD.ILHAM FADEL**  
**NPM. 1621030532**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS SYARIAH**

**Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp (0721) 703289**

**PERSETUJUAN**

**Tim pembimbing setelah mengoreksi dan memberikan masukan-masukan secukupnya maka, skripsi saudara:**

**Nama : MHD. ILHAM FADEL  
NPM : 1621030532  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah  
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Terhadap  
Perubahan Persentase Diskon Yang Sudah  
Ditetapkan (Studi Ramayana Tanjung Karang  
Bandar Lampung)**

**MENYETUJUI**

**Untuk dimunaqosakan dan dipertahankan dalam sidang  
munaqosah Fakultas Syariah dari Hukum  
UIN Raden Intan Lampung.**

**Pembimbing I**

**Dr. Iskandar Syukur, M.A.  
NIP. 196603301992031002**

**Pembimbing II**

**Frenki M.Si.  
NIP. 198003152009011024**

**Mengetahui  
Ketua Jurusan Muamalah**

**Khoiruddin, M.S.I  
NIP. 197807252009121002**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp ( 0721) 703289

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “**Tinjauan Hukum Islam Terhadap Terhadap Perubahan Persentase Diskon Yang Sudah Ditetapkan (Studi Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung)**”, Disusun oleh **MHD. ILHAM FADEL** NPM 1621030532 Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) telah diujikan dalam sidang Munaqosah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung, pada hari/tanggal: Rabu,09 Agustus 2023.

**TIM PENGUJI MUNAQOSYAH**

**Ketua : Khoiruddin, M.S.I** (.....)

**Sekretaris : Alan Yati, S.H.,M.H** (.....)

**Penguji I : Dr. Relit Nur Edi, S.Ag.,M.Kom.I.** (.....)

**Penguji II : Dr. Iskandar Syukur, M.A.** (.....)

**Penguji III : Frenki, M.Si.** (.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Syariah  
**Dr. Era Rodjah Nur, M.H.**  
NIP. 19503081993032002

## MOTTO

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ يَبَعْتَيْنِ فِي يَبَعَةٍ

‘‘Rasululullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* melarang dua transaksi jual beli dalam satu transaksi jual beli’’

(HR. Ahmad 9834, Nasai 4649, dan dihasankan Syuaib al-Arnauth)





## PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrohim*

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, segala puji bagi Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan dan teladan bagi seluruh umat Nabi Muhammad SAW, semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya. Aamiin ya rabbalalamiin.

Dalam penyelesaian skripsi yang berjudul **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perubahan Persentase Diskon Yang Sudah Di Tetapkan Studi Di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung”**, banyak pihak yang telah memberikan sumbangsih, bantuan, nasihat, serta saran-saran yang membangun. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Keluargaku tercinta Ayahanda Zafnir zen dan Ibunda Enita, yang telah tulus membesarkan, membiayai serta mendoakanku sehingga aku mampu menempuh pendidikan hingga dapat menyelesaikan pendidikan di UIN Raden Intan Lampung
2. Dosen Jurusan Muamalah, Terimakasih atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dan Karyawan Jurusan Muamalah, atas semua bantuan dan kerjasama yang telah diberikan.
3. Sahabat tersayang penulis, Rizky Chepy Shandika, S.H., Rizky Chandra Handika, S.H., M.H., Muhammad Iqbal Hallabi, S.H., Afif Rizki Oktaviandi, S.H., Muhammad Andriawan, S.M., Ihza Zundiferari, S.Pd., Arya Wiradinata, S.Pd., Silviani, Amd.Kep., Muhammad Rizky Indra, M Ridho Qodar, S.H.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis meminta maaf atas segala kekurangan yang ada. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Aamiin ya Rabbalalamiin.

## **RIWAYAT HIDUP**

Muhammmad Ilham Fadel seorang anak laki-laki yang dilahirkan di Kotabumi, pada tanggal 19 Januari 1997 yang merupakan anak kedua dari 5 bersaudara, dari pasangan suami istri Ayahanda Zafnir Zen dan Ibundaku Enita.

Pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar (SD) Negeri 2 Kali Cinta, lulus pada tahun 2009. Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) di SMP Negeri 10 Kotabumi, lulus pada tahun 2012. Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) di SMA Bhayangkari Kotabumi, lulus pada tahun 2015. Terdaftar sebagai mahasiswa di jurusan Hukum Tata Negara (Siyāsah Syar’iyyah) Fakultas Syari’ah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2016.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul “**Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perubahan Persentase Diskon Yang Sudah Di Tetapkan (Studi Di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung)**”. Shalawat dan salam semoga Allah SWT melimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan Umatnya. Skripsi ini disusun sebagai tugas dan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Hukum Ekonomi Syari’ah, Fakultas Syari’ah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, motivasi, saran dan kritik yang telah diberikan oleh semua pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih seluruhnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Wan Jamaluddin, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan kesempatan kepada penulis menimba ilmu pengetahuan di kampus tercinta ini.
2. Ibu Dr. Efa Rodiah Nur, M.H.I selaku Dekan Fakultas Syari’ah UIN Raden Intan Lampung.
3. Khoiruddin, M.S.I selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah UIN Raden Intan Lampung.
4. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh pegawai Fakultas Syari’ah UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.

Bapak Dr.Iskandar Syukur,M.A. selaku Pembimbing I dan Bapak Frenki, S.E., M.Si. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan, memberikan kemudahan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Bandar Lampung, 2 Februari 2022  
Penulis,

**MHD.ILHAM FADEL**  
**NPM. 1621030532**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL LUAR .....</b>	<b>.....</b>
<b>HALAMAN JUDUL DALAM.....</b>	<b>i</b>
<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>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Fokus dan Subfokus Pembahasan.....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	9
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
H. Metode Penelitian.....	12
I. Sistematika Pembahasan.....	19
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
A. Tinjauan Mengenai <i>Fiqh Muamalah</i> .....	24
1. Pengertian <i>Fiqh Muamalah</i> .....	24
2. Ruang Lingkup <i>Fiqh Muamalah</i> .....	28
3. Prinsip-Prinsip <i>Fiqh Muamalah</i> .....	30
B. Tinjauan Umum Diskon.....	31
1. Pengertian Diskon.....	31
2. Tujuan Diskon .....	33

3. Macam-Macam Diskon.....	34
4. Faktor Terjadinya Diskon .....	36
C. Diskon dalam Perspektif Hukum Islam.....	38
1. Pengertian Diskon.....	38
2. Tujuan Diskon .....	40
3. Macam-Macam Diskon.....	40
4. Ketentuan Harga Diskon.....	43

### **BAB III PENYAJIAN DATA HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	47
1. Sejarah Ramayana Lestari Sentosa, Tbk .....	47
2. Tata Kelola Perusahaan.....	48
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	51
4. Kondisi Ramayana Tanjung.....	52
5. Struktur Organisasi .....	53
6. Produk-Produk PT Ramayana Lestari Sentosa Tanjung Karang .....	54
B. Sistem Diskon pada Produk di Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung.....	56
C. Hasil Wawancara dengan Konsumen Mall Ramayana Tanjung Karang Tentang Perubahan Persentase Diskon .....	59

### **BAB IV ANALISIS DATA**

A. Sistem Diskon di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung .....	69
B. Tinjauan Hukum Islam Mengenai Perubahan Persentase Diskon yang Sudah ditetapkan di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung.....	79

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	91
B. Rekomendasi .....	92

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>
-------------------------------	-----------

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Untuk memfokuskan pemahaman agar tidak lepas dari pemahaman yang dimaksud dan menghindari penafsiran yang berbeda dikalangan pembaca, maka perlu adanya sesuatu penjelasan dengan member arti beberapa istilah yang terkandung di dalam judul skripsi ini. Guna menghindari kesalahan pemahaman judul di atas, maka perlu ditegaskan beberapa istilah penting, yang terdapat pada judul tersebut antara lain :

#### 1. Tinjauan Hukum Islam

- a. Tinjauan adalah pemeriksaan yang teliti, penyelidikan, kegiatan pengumpulan data, pengolahan, analisa dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan.<sup>1</sup>
- b. Hukum Islam adalah adalah seperangkat peraturan berdasarkan wahyu Allah dan sunah Rasul tentang tingkah laku manusia mukallaf yang diakui dan diyakini mengikat untuk semua yang beragama Islam.<sup>2</sup>

Jadi yang dimaksud dengan tinjauan hukum Islam dalam skripsi ini adalah pengumpulan data yang

---

<sup>1</sup>Pengertian-Tinjauan,”2019.,<https://www.scribd.com/2019/09/Pengertian-Tinjauan.html>, diakses pada 9 Juli 2020 Pukul 11.00 WIB.

<sup>2</sup>Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh* (Jakarta: Prenada Media, 2003). hlm. 9.

bersumber dari Al-Qur'an, Hadis dan pendapat ulama terkait dengan asas-asas hukum muamalah.<sup>3</sup>

## 2. Perubahan Persentase Diskon

- a. Perubahan adalah transformasi dari keadaan yang sekarang menuju keadaan yang diharapkan.<sup>4</sup>
- b. Persentase adalah sebuah angka atau perbandingan (rasio) untuk menyatakan pecahan dari seratus.<sup>5</sup>
- c. Diskon adalah potongan harga.<sup>6</sup>

Jadi yang dimaksud dengan perubahan persentase diskon pada skripsi ini adalah perubahan persentase potongan harga produk yang dijual di Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung, dimana persentase diskon yang tertera pada label sebelumnya sudah dinaikkan harganya dari harga normal dan baru kemudian di diskon.

3. Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan pernah terjadi perubahan persentase diskon pada produk baju wanita dewasa dimana diskon yang tertera adalah 50% dengan harga yang tertera adalah 400.000. padahal pada hari sebelum pemberlakuan diskon harga baju tersebut adalah 200.000, artinya bahwa perubahan persentase diskon yang diberikan tidak mengubah harga baju ini.

---

<sup>3</sup> Harir Muzakki, Ahmad Sumanto, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Upah Pembajak Sawah di Desa Klesem Pacitan," *Jurnal Al-Adalah Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung* Vol 14, No 2 (2017), <https://doi.org/10.24042/adalah.v14i2.1909>.

<sup>4</sup><https://www.scribd.com/2019/09/Pengertian-Tinjauan.html>, diakses pada 9 Juli 2020 Pukul 11.10 WIB.

<sup>5</sup>*Ibid.*

<sup>6</sup>*Ibid.*

Berdasarkan penjelasan beberapa istilah tersebut di atas, maka dapat ditegaskan bahwa yang dimaksud dengan judul skripsi ini adalah meninjau bagaimana hukum Islam memandang terjadinya perubahan persentase diskon pada produk yang dijual di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Konsep muamalah merupakan konsep yang mengatur hubungan baik antara sesama manusia yang bertujuan menjaga hak-hak manusia, merealisasikan kemashalahatan dan menjauhkan segala kemudharatan yang akan terjadi. Konsep tersebut telah diatur sedemikian rupa oleh Islam dalam bentuk syari'at yang membuat berbagai hukum, yaitu halal, haram, mubah dan makruh. Di dalam hukum tersebut terdapat prinsip-prinsip Islam dalam kaitannya dengan kehidupan dalam kaitannya dengan kehidupan. Baik kaitannya dengan hubungan kepada Allah maupun hubungannya dengan manusia. Jika manusia sudah melupakan adanya syariat tersebut, mereka cenderung akan melakukan kegiatan-kegiatan untuk mencukupi kebutuhannya dan cenderung hanya menuruti hawa nafsu. Untuk itu diperlakukan adanya rambu-rambu kehidupan manusia yang dapat menuntun dalam bermuamalah, rambu-rambu tersebut termuat dalam fiqh muamalah.

Fiqh muamalah adalah kumpulan hukum yang ditetapkan demi terciptanya rasa aman, tegaknya undang-undang dalam negara atau masyarakat Islam, juga terwujudkannya keadilan dan persamaan antara kepentingan yang saling bertentangan dan menjaga wilayah terlarang yang lebih utama untuk dijaga dan dilestarikan, dan ini tidak menghilangkan makna taat kepada Allah dan menjaga



hak-Nya, dan siapa yang meninggalkan hal ini dianggap bermaksiat kepada Allah dan melalaikan hak-Nya.<sup>7</sup>

Melalui fiqh muamalah telah dilakukan pengaturanterhadap segala aktivitas ekonomi, bisnis, jual beli, akad, apa yang boleh dilakukan dan tidak, apa yang sesuai syariat atau tidak yang sumbernya adalah berasal dari Al-Qur'an, Hadis, ataupun pendapat para ulama terdahulu.

Syariat Islam mendorong manusia untuk berniaga dan menganjurkannya sebagai jalan mengumpulkan rezeki, karena Islam mengakui produktifitas perdagangan atau jual beli. Di dalam jual beli terdapat manfaat yang amat besar bagi produsen yang menjualnya dan bagi konsumen yang membelinya atau bagi semua orang yang terlibat dalam aktifitas jual beli tersebut.

Islam telah memberikan aturan-aturan seperti yang telah diungkapkan oleh para ulama fiqh mengenai rukun dan syarat. Baik yang berkenaan pihak penjual dan pembeli, aqad, maupun objek akad atau barang yang diperjual belikan. Salah satu hal penting yang perlu diperhatikan adalah mengenai objek akad agar tidak terjadi penyimpangan sehingga menyebabkan kerugian salah satu atau kedua belah pihak. Islam memiliki batasan tertentu mengenai objek akad yang diperjual belikan.

Menurut Al Muslihada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk; 1) produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran atau takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak atau kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik, 2) produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal dan 3) dalam promosi maupun iklan tidak melakukan

---

<sup>7</sup>Abdul Aziz Muhamad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam* (Jakarta: Amzah, 2010). hlm.6.

kebohongan.<sup>8</sup> Oleh karena itu praktek jual beli harus dikerjakan secara bertanggungjawab dan bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan.

Promosi yang dilakukan dalam rangka pemasaran telah memberikan peranan yang penting guna mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan. Promosi penjualan terdiri dari kumpulan kiat insentif yang beragam, kebanyakan berjangka pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk atau jasa tertentu secara lebih cepat atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang.<sup>9</sup> Sistem promosi yang dikenal luas salah satunya adalah dengan menggunakan sistem potongan harga.

Sistem potongan harga lazimnya disebut dengan sistem diskon, dimana pembeli mendapatkan potongan harga dari harga aslinya untuk barang tertentu. Hal ini tentu sangat menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang tersebut. Diskon biasanya diberikan berkisar antara 5% bahkan 70%. Dalam hal jual beli, tentu sebagai pembeli setiap orang harus cermat dalam memilih harga barang yang akan dibeli. Membandingkan harga barang dari satu tempat penjualan dengan tempat yang lain tentu lazim dilakukan. Termasuk juga apabila terdapat diskon di suatu tempat perbelanjaan, tentunya pembeli juga mengetahui harga umum barang tersebut yang dijual di pasaran sebelum diberlakukan potongan harga atau diskon. Hal ini disebut dengan istilah *reference price*.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup>Al-Muslih, Abdullah & Shalah ash-Shawi, *Fiqh Ekonomi Islam* (Jakarta: Darul Haq, 2004).hlm. 331-386.

<sup>9</sup>Yuniati Asmaniah, “Bauran Promosi dalam Perspektif Islam” (Skripsi, Malang, UIN Malang, 2007).hlm. 3.

<sup>10</sup>Ferdian, “Analisi Pengaruh Tingkat Diskon Terhadap Sikap dan Keinginan Membeli” (Skripsi Fakultas Ekonomi, Jakarta, UI, 2008).hlm. 8.

Kenyataan yang ditemukan adalah bahwa ternyata harga barang yang di diskon seringkali tidak benar-benar dipotong seperti yang terjadi di kebanyakan supermarket, harga suatu produk dinaikan terlebih dahulu baru diberlakukan diskon. Misalnya saja sebelum penjual memasang promosi diskon 50% ia telah mengganti stiker harga yang sebelumnya tertulis Rp 200.000,- menjadi Rp 400.000,- sehingga bila harga ini di diskon 50% maka harganya tetaplah Rp 200.000,-. Keinginan pembeli yang beranggapan mendapatkan harga yang murah, dan dapat membeli barang dengan separoh harga benar-benar tertipu, sebab ia tidak sama sekali memotong harga barang yang dijualnya tersebut.

Terdapat hal lain juga yang perlu untuk dikaji terkait dengan penerapan diskon ganda sebagai sarana promosi. Diskon ganda merupakan diskon dengan menampilkan dua nominal angka, sebagai contoh 50%+40% ini merupakan contoh dari penerapan diskon ganda. Bagi konsumen atau pengunjung mall pasti akan sangat tertarik dengan promo ini, sebab dapat menimbulkan multitafsir dalam benak konsumen yang menilai diskon yang diberikan adalah setara dengan 90%.

Selain itu juga perlu diperhatikan mengenai objek akad yang dikenai sistem diskon. Seringkali yang terjadi adalah barang yang di diskon merupakan barang yang tidak laku atau berkualitas jelek. Maka pembeli harus benar-benar teliti sebelum membeli barang.

Berkenaan dengan permasalahan di atas, maka peneliti memilih objek penelitian yang dilakukan pada Mall Ramayana yang berlokasi di wilayah Tanjung Karang Bandar Lampung. Hal ini disebabkan karena Mall Ramayana Kotabumi kerap melakukan promosi dengan

memberikan potongan harga atau diskon pada barang-barang yang di jualnya. Sehingga, penting untuk diketahui apakah sistem diskon di toko-toko tersebut telah sesuai dengan prinsip syari'ah atau tidak. Sehingga peneliti bermaksud melakukan penelitian dalam skripsi yang berjudul **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perubahan Persentase Diskon Yang Sudah Di Tetapkan (Studi di Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung)”**. **Fokus Penelitian**

Fokus penelitian memberikan batasan dalam studi dan pengumpulan, sehingga penelitian ini akan fokus dalam memahami masalah-masalah yang menjadi tujuan penelitian. Melalui fokus penelitian ini suatu informasi dilapangan dapat dipilah-pilah sesuai konteks permasalahannya, sehingga rumusan masalah ini saling berkaitan. Fokus penelitian skripsi ini adalah perubahan persentase diskon yang ditetapkan pada Mall Tanjung Karang Bandar Lampung. Pada penelitian ini juga dilakukan pembatasan persentase diskon hanya pada produk fashion dengan diskon 50% dan 70%. Pembatasan ini dilakukan untuk membatasi jumlah populasi dan sampel penelitian agar tidak terlalu besar dan luas.

## **C. Fokus dan Subfokus Penelitian**

### **1. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, fokus penelitian ini adalah “Bagaimana tinjauan hukum Islam mengenai perubahan persentase diskon yang sudah di tetapkan di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung”.

## 2. Subfokus Pembahasan

Fokus penelitian tersebut kemudian dijabarkan menjadi dua sub fokus sebagai berikut:

- a Bagaimana sistem pemberian diskon?
- b Berapa sajakah persentase diskon yang ditetapkan?
- c Jenis produk apa sajakah yang diberikan label diskon?
- d Bagaimana tanggapan pihak mall terkait dengan perubahan persentase diskon?
- e Bagaimana pendapat konsumen terkait dengan perubahan persentase diskon?

### D. Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan permasalahan diatas, maka dapat diambil dan dirumuskan beberapa rumusan masalah yang menjadi topik pembahasan penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana sistem diskon yang ada pada Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung ?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam mengenai perubahan persentase diskon yang sudah di tetapkan di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung?

### E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui sistem diskon yang ada pada Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap mengenai perubahan persentase diskon yang sudah di

tetapkan di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung.

## **F Manfaat Penelitian**

Selanjutnya apabila penelitian ini berhasil dengan baik, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik manfaat teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

### **1. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi para pembaca khususnya mengenai faktor yang menyebabkan terjadinya sistem diskon di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung serta menambah wawasan dalam disiplin ilmu Fiqh Muamalah.

### **2. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan yang dapat berguna bagi pengembangan terhadap pemikiran dalam ilmu Hukum Ekonomi Islam dan juga sebagai acuan untuk penelitian serupa dimasa yang akan datang serta dapat dikembangkan lebih lanjut demi mendapatkan hasil yang sesuai dengan perkembangan zaman.

## **G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Kegiatan penelitian selalu bertitik tolak dari pengetahuan yang sudah ada, pada umumnya semua ilmuwan akan memulai penelitiannya dengan cara menggali yang sudah ditemukan atau apa yang ditemukan oleh ahli-ahli sebelumnya. Sesuai dengan tinjauan kepustakaan

(literature review) tentang tinjauan hukum Islam terhadap perubahan persentase sistem discount, maka sesuai dengan penelusuran yang telah dilakukan, belum ada kajian yang membahas secara mendetail dan spesifik yang mengarah kepada hal tersebut. Namun ada beberapa tulisan yang berkaitan dengan sistem discount, diantaranya:

- 1 Skripsi yang berjudul “Mekanisme Penetapan Harga Jual Beli Pakaian Jadi di Pasar Aceh” yang diteliti oleh Khairil Umuri, jurusan Syariah Muamalah Wal-Iqtishad UIn Ar-Raniry Banda Aceh tidak dipublikasi ( 2016). Masalah yang diteliti adalah tentang transaksi jual beli pakaian jadi harus memenuhi ketentuan hukum Islam agar dapat terwujud nilai-nilai keadilan, sehingga kemaslahatan antara penjual dan pembeli dapat tercapai. Hasil penelitiannya adalah tingginya harga pakaian jadi di pasar Aceh bukan disebabkan oleh permainan harga yang dilakukan oleh pedagang, tetapi disebabkan banyaknya biaya yang telah dikeluarkan pedagang dalam memperoleh pakaian tersebut. Tetapi masih ada sebagian kecil pedagang yang melakukan kecurangan seperti menyembunyikan harga yang sebenarnya kepada pembeli yang tidak mengetahui harga pasar demi memperoleh laba yang tinggi.
- 2 Penelitian yang dilakukan Marlina, Mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dengan judul “ Strategi Pemasaran Produk Properti dalam Perspektif Manajemen Syari’ah (Studi Kasus pada Aceh Estate Banda Aceh) tahun 2014. Masalah yang diteliti adalah keberhasilan sebuah perusahaan dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, salah satunya adalah bagaimana kemampuan perusahaan tersebut merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Perusahaan Aceh Estate berupaya

dalam memasarkan produk untuk menarik minat masyarakat, namun keberadaan perusahaan ini belum mendapat respon yang baik dari masyarakat Aceh. Hasil yang disimpulkan dari penelitian ini adalah strategi utama yang dijalankan oleh Aceh Estate dalam pemasaran produk properti adalah melalui konsep “personal selling” yaitu dengan cara menjual produk melalui pendekatan perorangan. Berdasarkan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Aceh Estate belum memperoleh hasil yang menggembirakan, adapun penyebab naik turunnya hasil penjualan disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor tingkat nilai ekonomi di dunia properti yang selalu berubah-ubah dan faktor nilai tanah yang semakin meningkat. Perusahaan sendiri memiliki konsep pemasaran yang terdapat dalam manajemen syari’ah.<sup>11</sup>

- 3 Penelitian yang dilakukan Baihaqi, Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Hukum Ekonomi Syari’ah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul “Mekanisme Penetapan Harga Gas Elpiji pada Distributor Ditinjau Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus pada pangkalan Cot Irie Aceh Besar) tahun 2014. Masalah yang diteliti adalah bagaimana metode penetapan harga penjualan gas elpiji yang dilakukan terhadap pangkalan Cot Irie dan sekitarnya, dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat harga gas elpiji menurut ekonomi Islam. Hasil yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah tingginya harga gas elpiji di pangkalan Cot Irie disebabkan oleh permainan harga yang dilakukan oleh pedagang gas elpiji

---

<sup>11</sup> Marlina, Strategi Pemasaran Produk Properti dalam Perspektif Manajemen Syari’ah Studi Kasus pada Aceh Estate Banda Aceh, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2014,vii.



dikarenakan kekosongan terhadap pemasokan tabung gas dan terjadi banyak permintaan tabung gas yang melebihi kuota dan ketidaktahuan pembeli terhadap eceran tertinggi harga gas elpiji sehingga pangkalan menaikkan harga dengan sendirinya demi memperoleh keuntungan yang lebih tinggi padahal sudah ada harga eceran tertinggi pada distributor untuk setiap pangkalan.<sup>12</sup>

Berbeda dengan tulisan diatas, penelitian ini difokuskan pada dua kajian. Pertama, kajian tentang sistem discount. Kedua, tentang tinjauan hukum Islam terhadap perubahan persentase dalam sistem discount yang diterapkan oleh Mall Ramayana Tanjung Karang.

## H. Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah suatu tata cara bagaimana suatu penelitian itu dilaksanakan.<sup>13</sup>

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang terjadi pada suatu saat dengan masyarakat.<sup>14</sup> Jadi penulis mengadakan penelitian mengenai beberapa masalah aktual yang ada di tengah masyarakat dan mengekspresikan diri dalam bentuk gejala atau proses sosial. Adapun objek

---

<sup>12</sup> Baihaqi, Mekanisme Penetapan Harga Gas Elpiji pada Distributor Ditinjau Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus pada pangkalan Cot Irie Aceh Besar) tahun 2014, vii

<sup>13</sup> Susiadi, *Metode Penelitian* (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M UIN Raden Intan Lampung, 2015). hlm. 21.

<sup>14</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, ketujuh (Bandung: Mandar Maju, 1996).hlm. 3

penelitian lapangan tersebut adalah studi di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung.

Selain menggunakan penelitian lapangan, dalam penelitian ini

juga mencakup penelitian kepustakaan (*library research*), yang dipakai sebagai pendukung dalam melakukan penelitian, dimana digunakan berbagai berbagai literatur (kepustakaan, baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu), yang relevan dengan masalah perubahan persentase diskon yang sudah ditetapkan untuk kemudian diangkat dan diteliti.

#### b. Sifat Penelitian

Dilihat dari segi sifatnya, penelitian ini adalah penelitian *deskriptif*, artinya penelitian yang menggambarkan objek tertentu dan menjelaskan hal-hal yang terkait dengan atau melukiskan secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik populasi tertentu dalam bidang tertentu secara faktual dan cermat.<sup>15</sup> Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis yaitu suatu metode penelitian dengan mengumpulkan data-data yang disusun, dijelaskan, diinprestasikan, dan kemudian di simpulkan.<sup>16</sup> Peneliti ingin menguraikan dan menggambarkan apa adanya mengenai perubahan persentase diskon yang sudah ditetapkan pada Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung dalam perspektif hukum Islam.

---

<sup>15</sup>Sarifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Setia, 1998). hlm. 7.

<sup>16</sup>Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, III (Jakarta: Grafik Grafika, 2011).hlm. 105.

## 2. Data Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh.<sup>17</sup> Sumber data ialah unsur utama yang dijadikan sasaran dalam penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini. Dalam Penelitian ini penyusun menggunakan dua sumber data, yaitu:

### a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari tempat yang menjadi objek penelitian, yaitu Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung terkait dengan perubahan persentase diskon yang sudah ditetapkan.

### b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau juga sumber lain (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).<sup>18</sup> Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber tertulis yang terdapat dalam buku, jurnal, makalah, kamus, serta sumber-sumber lain yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini

---

<sup>17</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatann Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).hlm. 195.

<sup>18</sup>Suhardi Nur, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011).hlm.76.

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari jumlah subyek yang diteliti, populasi disebut juga univers tidak lain dari daerah generalisasi yang di wakili oleh sampel. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Mall Tanjung Karang Bandar Lampung yang berjumlah 45 karyawan dan juga pembeli yang membeli produk dengan diskon di atas 50%.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian suatu objek atau objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi akan menyebabkan suatu penulisan menjadi bisa, tidak dapat dipercaya, dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini karena tidak dapat mewakili populasi.<sup>19</sup>

Penetapan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purpose sampling* atau sampel yang *purposive* yaitu sampel yang terpilih dengan cermat sehingga relevan dengan desain penulisan.<sup>20</sup> Pada penelitian ini sampel terbagi menjadi dua yakni dari pihak karyawan Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung dan dari pihak pembeli yang melakukan pembelian produk pakaian dengan diskon diatas 50%.

---

<sup>19</sup>Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: al-fabeta, 2012).hlm. 58.

<sup>20</sup>*Ibid*, hlm. 58.

Penetapan kriteria sampel dari pihak Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung adalah berdasarkan pada pengetahuan karyawan terhadap penetapan diskon produk. Sampel dipilih dari pihak yang benar-benar mengetahui dan memahami mengenai mekanisme diskon pada produk yang dijual di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung. Sehingga berdasarkan kriteria tersebut ditetapkan sampel penelitian sejumlah 6 orang dari pihak Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung yang terdiri dari *Store manager, Assistant store manager, Supervisor fashion, Supervisor administrasi, Kepala kasir dan Kepala counter.*

Penetapan kriteria sampel dari pihak pembeli di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung adalah berdasarkan kriteria berusia 20-30 tahun, merupakan konsumen yang rutin berbelanja di Mall Ramayana dan membeli produk diskon diatas 50% untuk jenis produk pakaian. Untuk memudahkan pada saat pengambilan data, maka penulis akan menggunakan metode melakukan wawancara dengan konsumen yang ditemui pada saat penelitian dengan dua kriteria tersebut.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Metode Observasi**

Observasi adalah pemilihan, perubahan, pencatatan dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenan dengan kegiatan observasi, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris.<sup>21</sup> Observasi

---

<sup>21</sup>Susiadi, *Metode Penelitian.*, hlm. 105.

dilakukan di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung.

b. Metode Wawancara (*Interview*)

Wawancara (interview) adalah tehnik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden dicatat atau direkam.<sup>22</sup> Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara terhadap sampel penelitian yang terdiri dari 6 pegawai dan staf Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung serta pembeli yang memenuhi criteria dalam penetapan sampel.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari percataan sumber informasi khusus dari karangan atau tulisan, wasiat, buku, undang-undang dan sebagainya.<sup>23</sup> Dokumentasi yang digunakan peneliti terkait dengan pokok masalah yang peneliti ambil. Dokumen bisa berupa data-data dari kepala staf kepegawaian atau staf yang lainnya dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini.

## 5. Metode Pengolahan Data

Data-data yang terkumpul kemudian diolah pengadaaan data umumnya dilakukan dengan cara anantara lain :

- a. *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya,

---

<sup>22</sup>*Ibid*, hlm. 97.

<sup>23</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatann Praktik*. hlm. 231.

kejelasan makna, keselarasan antara data yang akan dianalisis.<sup>24</sup> Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan semua sumber data baik data sekunder dan pendukung untuk kemudian dilakukan pemeriksaan dengan melihat kelengkapan, keselarasannya dalam mendukung penelitian ini.

- b. *Organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah.<sup>25</sup> Pada penelitian ini setelah data dikumpulkan data akan dipilah-pilah kembali untuk kemudian akan disusun sesuai dengan pokok permasalahan.
- c. Penemuan hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan yang akhirnya merupakan jawaban dari rumusan masalah.<sup>26</sup> Selanjutnya, data kemudian akan dianalisis dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sehingga hasil akhirnya akan diperoleh kesimpulan yang menjawab rumusan permasalahan.

## 6. Analisis Data

Berdasarkan data yang diperoleh untuk menyusun dan menganalisa data-data yang terkumpul adalah menggunakan metode analisis deskriptif yakni cara penulisan yang mengutamakan pengamatan terhadap gejala, peristiwa dan kondisi aktual di masa sekarang.

---

<sup>24</sup>Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010).hlm. 243.

<sup>25</sup>*Ibid.* hlm.243.

<sup>26</sup>Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. hlm. 244.

Metode deskriptif analitik ini yang kemudian akan penulis gunakan untuk melakukan pelacakan dan analisis terhadap pemikiran serta kerangka metodologis pemikiran. Sesuai dengan namanya deskriptif analitik maka metode ini akan penulis gunakan untuk menganalisa dan menggambarkan apa yang menjadi perspektif hukum Islam terhadap perubahan persentase diskon yang sudah ditetapkan di Mall Tanjung Karang Bandar Lampung.

Selanjutnya, setelah semua data terkumpul dan rumusan permasalahan terjawab maka kesimpulan akan disusun menggunakan metode berfikir deduktif yaitu metode yang berpijak dari fakta yang bersifat khusus, kemudian diteliti dan akhirnya ditemui pemecahan persoalan yang bersifat khusus, kemudian diteliti dan akhirnya ditemui pemecahan persoalan yang bersifat umum.<sup>27</sup> Deduktif juga merupakan cara berfikir di mana ditarik suatu kesimpulan yang bersifat umum dari berbagai kasus yang bersifat individual.

## **I. Sistematia Penelitian**

Sistematika penelitian secara keseluruhan dalam penelitian ini terdiri dari 3 bagian yaitu: Pertama, bagian formalitas yang terdiri dari halaman judul, abstrak, surat pernyataan, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, daftar riwayat hidup, daftar isi. Kedua, bagian isi terdiri dari 5 bab yakni bab I tentang pendahuluan. Bab ini terdiri dari beberapa sub bab, yakni penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub-sub masalah, rumusa masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan,

---

<sup>27</sup>Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. hlm. 137.



metode penelitian, sistematika penelitian. Hal ini dimaksudkan sebagai kerangka awal dalam mengantarkan isi pembahasan kepada bab selanjutnya.

Bab II berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan *fiqh muamalah*, tinjauan umum mengenai diskon dan diskon dalam hukum Islam. Dalam bab ini terdiri dari tiga sub bab yakni sub bab pertama yaitu tinjauan mengenai *fiqh muamalah*, pada sub bab ini terdiri dari pengertian *fiqh muamalah*, ruang lingkup *fiqh muamalah* dan prinsip-prinsip *fiqh muamalah*. Sub bab kedua yakni teori tinjauan umum mengenai diskon yang terdiri dari pengertian diskon, tujuan diskon, macam-macam diskon, dan faktor terjadinya diskon. Sub bab ketiga yakni diskon dalam perspektif huku Islam yang terdiri dari pengertian diskon, tujuan diskon, macam-macam diskon dan ketentuan harga diskon.

Bab III berisi tentang penyajian data penelitian yang terdiri dari tiga sub bab yaitu sub bab pertama mengenai gambaran umum tentang objek penelitian yang terdiri dari sejarah berdirinya Ramayana Lestari Sentosa Tbk, visi dan misi, profil singkat Mall Ramayana n Tanjung Karang Bandar Lampung, struktur organisasi dan aspek perusahaan. Sub bab kedua yaitu sistem diskon pada produk di Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung dan hasil wawancara dengan Konsumen Mall Ramayana Tanjung Karang tentang perubahan persentase diskon.

Bab IV berisi tentang analisis data yang terdiri dari dua sub bab yakni, analisa sistem diskon di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung dan analisa mengenai tinjauan hukum Islam mengenai perubahan persentase diskon yang sudah ditetapkan di Mall Ramayana Tanjung Karang Bandar Lampung

Bab V berisi tentang penutup, yaitu meliputi kesimpulan dan rekomendasi.

Sementara bagian ketiga dalam penulisan penelitian ini adalah bagian yang berisi tentang daftar pustaka, dan lampiran.





## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Tinjauan Mengenai *Fiqh Muamalah*

##### 1. Pengertian *Fiqh Muamalah*

Kata *fiqh* secara etimologi adalah (الفقه) yang memiliki makna pengertian atau pemahaman.<sup>28</sup> Menurut terminologi, *fiqh* pada mulanya berarti pengetahuan keagamaan yang mencakup seluruh ajaran agama, baik berupa aqidah, akhlak, maupun ibadah sama dengan arti syari'ah Islamiyah. Namun, pada perkembangan selanjutnya, *fiqh* diartikan sebagai bagian dari *syariah Islamiyah*, yaitu pengetahuan tentang hukum syari'ah Islamiyah yang berkaitan dengan perbuatan manusia yang telah dewasa dan berakal sehat yang diambil dari dalil-dalil yang terinci.

Secara bahasa *Muamalah* berasal dari kata *amala* *yu'amilu* yang artinya bertindak, saling berbuat, dan saling mengamalkan. Sedangkan menurut istilah *Muamalah* adalah tukar menukar barang atau sesuatu yang memberi manfaat dengan cara yang ditentukan.<sup>29</sup> *Muamalah* juga dapat diartikan sebagai segala aturan agama yang mengatur hubungan antara sesama manusia, dan antara manusia dan alam sekitarnya tanpa memandang perbedaan.

---

<sup>28</sup> Ahmad Munawwir, *Kamus Arab –Indonesia Terlengkap* (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997).hlm. 1068

<sup>29</sup> Rachmat Syafe'i, *Ilmu Ushul Fiqih* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011).hlm. 14

Aturan agama yang mengatur hubungan antar sesama manusia, dapat kita temukan dalam hukum Islam tentang perkawinan, perwalian, warisan, wasiat, hibah perdagangan, perburuan, perkoperasian dll. Aturan agama yang mengatur hubungan antara manusia dan lingkungannya dapat kita temukan antara lain dalam hukum Islam tentang makanan, minuman, mata pencaharian, dan cara memperoleh rizki dengan cara yang diharamkan atau yang diharamkan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan pengertian dari *Fiqh Muamalah* ialah peengetahuan ketentuan-ketentuan hukum tentang usaha-usaha memperoleh dan mengembangkan harta, jual beli, hutang piutang dan jasa penitiapan diantara anggota-anggota masyarakat sesuai keperluan mereka, yang dapat dipahami dan dalil-dalil *syara'* yang terinci.

*Fiqh Muamalah* menurut para ahli dalam arti luas.<sup>30</sup>

- a. Menurut Ad-Dimyati, *fiqh muamalah* adalah aktifitas untuk menghasilkan duniawi menyebabkan keberhasilan masalah *ukhrawi*.
- b. Menurut pendapat Muhammad Yusuf Musa yaitu ketentuan-ketentuan hukum mengenai kegiatan perekonomian, amanah dalam bentuk titipan dan pinjaman, ikatan kekeluargaan, proses penyelesaian perkara lewat pengadilan, bahkan soal distribusi harta waris.
- c. Menurut pendapat Mahmud Syaltout yaitu ketentuan-ketentuan hukum mengenai hubungan perekonomian yang dilakukan anggota masyarakat, dan

---

<sup>30</sup> Dede Rosyada, *Hukum Islam dan Pranata Sosial* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993).hlm. 70-71

bertendensikan kepentingan material yang saling menguntungkan satu sama lain.

- d. H. Lammens, S.J., guru besar bidang bahasa Arab di Universitas Joseph, Beirut sebagaimana dikutip dalam buku Pengantar *Fiqh Mu'amalah* karya Masduha Abdurrahman, memaknai *fiqh* sama dengan *syari'ah*. *Fiqh*, secara bahasa menurut Lammens adalah *wisdom* (hukum). Dalam pemahamannya, *fiqh* adalah *rerum divinarum atque humanarum notitia* (pengetahuan dan batasan-batasan lembaga dan hukum baik dimensi ketuhanan maupun dimensi manusia).<sup>31</sup>
- e. Abdul Wahab Khallaf mendefinisikan *fiqh* dengan pengetahuan tentang hukum-hukum *syara'* mengenai perbuatan manusia yang diusahakan dari dalil-dalil yang terinci atau kumpulan hukum *syara'* mengenai perbuatan manusia yang diperoleh dari dalil-dalil yang terinci.

Aturan-aturan Allah ini ditujukan untuk mengatur kehidupan manusia dalam urusan yang berkaitan dengan urusan duniawi dan sosial kemasyarakatan. Manusia kapanpun dan dimanapun harus senantiasa mengikuti aturan yang telah ditetapkan Allah sekalipun dalam perkara yang bersifat duniawi sebab segala aktifitas manusia akan dimintai pertanggung jawabannya kelak di akhirat. Dalam Islam tidak ada pemisahan antara amal perbuatan dan amal akhirat, sebab sekecil apapun aktifitas manusia di dunia harus didasarkan pada ketetapan Allah SWT agar kelak selamat di akhirat.

*Fiqh Muamalah* menurut para ahli dalam arti sempit:

---

<sup>31</sup> Masduha Abdurrahman, Pengantar *Fiqh Mu'amalah*, Universitas Joseph, 2010.v.

- a. Menurut Hudhari Beik, *muamalah* adalah semua *akad* yang membolehkan manusia saling menukar manfaat.
- b. Menurut Idris Ahmad adalah aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam usahanya mendapatkan alat-alat keperluan jasmaninya dengan cara yang paling baik.

Jadi pengertian Fiqh muamalah dalam arti sempit lebih menekankan pada keharusan untuk menaati aturan-aturan Allah yang telah ditetapkan untuk mengatur hubungan antara manusia dengan cara memperoleh, mengatur, mengelola, dan mengembangkan mal (harta benda). Fiqh muamalah juga membahas tentang hak dan kewajiban kedua belah pihak yang melakukan akad agar setiap hak sampai kepada pemiliknya serta tidak pihak yang mengambil sesuatu yang bukan haknya.<sup>32</sup>

Dilihat dari objek hukumnya, fiqh terbagi menjadi dua bagian yaitu

- a Hukum-hukum yang berkaitan dengan ibadah seperti; toharah, shalat, puasa, haji, zakat, nazar dan sumpah dan segala sesuatu bentuk ibadah yang berkaitan langsung antara manusia dengan Tuhannya.
- b Hukum-hukum mu'amalah yaitu hukum-hukum yang berkaitan dengan hubungan antar manusia atau hubungan manusia dan lingkungan sekitarnya baik yang bersifat kepentingan pribadi maupun kepentingan, seperti hukum-hukum perjanjian dagang, sewa menyewa dan lain-lain.

Mu'amalah menurut golongan Syafi'i adalah bagian fiqh untuk urusan-urusan keduniaan selain

---

<sup>32</sup> Drs. Harun, MH, *Fiqh Muamalah*, Muhammadiyah Universitas Press, Hlm. 28.

perkawinan dan hukuman, yaitu hukum-hukum yang mengatur hubungan manusia sesama manusia dan alam sekitarnya untuk memperoleh kebutuhan hidupnya. Menurut IbnuAbidin, muamalah meliputi lima hal, yakni :

- a. Transaksi kebendaan (*Al-Mu'awadlatul amaliyah*)
- b. Pemberian kepercayaan (Amanat)
- c. Perkawinan (*Munakahat*)
- d. UrusanPersengketaan (Gugatan dan peradilan)
- e. Pembagian warisan

Dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa secara garis besar definisi atau pengertian *fiqh muamalah* yaitu, hukum-hukum yang berkaitan dengan tata cara berhubungan antar sesama manusia, baik hubungan tersebut bersifat kebendaan maupun dalam bentuk perjanjian perikatan. *Fiqh mu'malah* adalah salah satu pembagian lapangan pembahasan fiqh selain yang berkaitan dengan ibadah, artinya lapangan pembahasan hukum *fiqh mu'amalah* adalah hubungan *interpersonal* antar sesama manusia, bukan hubungan *vertical* manusia dengan Tuhannya (ibadah *mahdloh*).<sup>33</sup>

*Fiqh mu'amalah* dapat juga dikatakan sebagai hukum perdata Islam, hanya saja bila dibandingkan dengan Kitab Undang-undang Hukum Perdata yang juga berkaitan dengan hukum personal, *fiqh muamalah* atau dapat dikatakan sebagai hukum perdata Islam hanya mencukupkan pembahasannya pada hukum perikatan (*verbinten issenrecht*), tidak membahas hukum

---

<sup>33</sup> Ruslan Abd Ghofur, "Akibat Hukum Dan Terminasi Akad Dalam Fiqh Muamalah," *Jurnal ASAS Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung* Vol 2, No 2 (2010), <https://doi.org/10.24042/asas.v2i2.1626>.



perorangan (*personenrecht*) dan hukum kebendaan (*zakenrecht*) secara khusus.

## 2. Ruang Lingkup *Fiqh Muamalah*

Dalam ruang lingkungnya *Fiqh Muamalah* dibagi menjadi 2 yaitu *Al-Muamalah Al-Adabiyah* dan *Al-Muamalah Al-Madinyah*.

### a *Al-Muamalah Al-Adabiyah*

Yaitu *muamalah* yang ditinjau dari segi cara tukar menukar benda yang bersumber dari panca indera manusia, yang unsur penegaknya adalah hak-hak dan kewajiban-kewajiban. Ruang lingkup *fiqh muamalah* yang bersifat *Adabiyah* mencakup beberapa hal berikut ini:

- 1) *Ijab Qabul*
- 2) Saling meridhai
- 3) Tidak ada keterpaksaan dari salah satu pihak
- 4) Hak dan kewajiban
- 5) Kejujuran pedagang
- 6) Penipuan
- 7) Pemalsuan
- 8) Penimbunan
- 9) Segala sesuatu yang bersumber dari indera manusia yang ada kaitannya dengan peredaran harta dalam hidup bermasyarakat.

### b *Al-Muamalah Al-Madinyah*

Yaitu *muamalah* yang mengkaji objeknya sehingga sebagian para ulama berpendapat bahwa *muamalahal-madinyah* adalah *muamalah* yang bersifat kebendaan karena objek *fiqh muamalah* adalah benda yang halal,

haram, dan *syubhat* untuk diperjual belikan. benda-benda yang *memadharatkan*, benda-benda yang mendatangkan *kemaslahatan* bagi manusia, dan beberapa segi lainnya. Beberapa hal yang termasuk ke dalam ruang lingkup *muamalah* yang bersifat *Madiyah* adalah sebagai berikut:

- 1) Jual beli (*al-Bai' al-Tijarah*) merupakan tindakan atau transaksi yang telah disyari'atkan dalam arti telah ada hukumnya yang jelas dalam Islam.
- 2) Gadai (*al-Rahn*) yaitu menjadikan suatu benda yang mempunyai nilai harta dalam pandangan *syara'* untuk kepercayaan suatu utang, sehingga memungkinkan mengambil seluruh atau sebagian utang dari benda itu.
- 3) Jaminan dan tanggungan (*Kafalan dan Dhaman*) diartikan menanggung atau penanggungan terhadap sesuatu, yaitu *akad* yang mengandung perjanjian dari seseorang di mana padanya ada hak yang wajib dipenuhi terhadap orang lain, dan berserikat bersama orang lain itu dalam hal tanggung jawab terhadap hak tersebut dalam menghadapi penagih (utang). Sedangkan *dhaman* berarti menanggung hutang orang yang berhutang.
- 4) Pemindahan hutang (*Hiwalah*) berarti pengalihan, pemindahan. Pemindahan hak atau kewajiban yang dilakukan seseorang (pihak pertama) kepada pihak kedua untuk menuntut pembayaran hutang dari atau membayar hutang kepada pihak ketiga. Karena pihak ketiga berhutang kepada pihak pertama. Baik pemindahan (pengalihan) itu dimaksudkan sebagai ganti pembayaran maupun tidak.

- 5) Jatuh bangkrut (*Taflis*) adalah seseorang yang mempunyai hutang, seluruh kekayaannya habis.
- 6) Perseroan atau perkongsian (*al-Syirkah*) dibangun atas prinsip perwakilan dan kepercayaan, karena masing-masing pihak yang telah menanamkan modalnya dalam bentuk saham kepada perseroan, berarti telah memberikan kepercayaan kepada perseroan untuk mengelola saham tersebut.
- 7) Masalah-masalah seperti bunga bank, asuransi, kredit, dan masalah-masalah baru lainnya.

### 3 Prinsip-prinsip *Fiqh Muamalah*

Dalam mengatur hubungan antar manusia dengan manusia lain yang sarasanya adalah harta benda *fiqh muamalah* mempunyai prinsip-prinsip untuk dijadikan acuan dan pedoman untuk mengatur kegiatan *muamalah*. Prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut.<sup>34</sup>

- 1) *Muamalah* adalah Urusan Duniawi maksudnya adalah urusan muamalah berbeda dengan ibadah di mana dalam ibadah semua perbuatan dilarang kecuali yang diperintahkan sedangkan dalam *muamalah* semua boleh dilakukan kecuali yang dilarang, oleh karena itu semua bentuk transaksi dan *akad muamalah* boleh dilakukan oleh manusia asal tidak bertentangan dengan ketentuan *syara'*.
- 2) *Mumalah* Harus Didasarkan kepada Persetujuan dan Kerelaan Kedua Belah Pihak artinya dasar dari *bermuamalah* adalah kerelaan dari kedua belah pihak bagaimana pun bentuk *akad* dan transaksi *muamalah* selama kedua belah pihak rela dan sepakat serta tidak melanggar ketentuan *syara'* itu diperbolehkan.

---

<sup>34</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2010).hlm. 3-6

- 3) Adat Kebiasaan Dijadikan Dasar Hukum maksudnya dalam *bermuamalah* setiap daerah atau kelompok mempunyai kebiasaan yang dilakukan secara turun temurun dan bertahun-tahun yang selanjutnya menjadi adat kebiasaan dalam *bermuamalah* jika adat dan kebiasaan itu tidak bertentangan dengan *syara'* dan diakui oleh masyarakat maka hal itu sah dijadikan sebagai dasar hukum.
- 4) Tidak Boleh Merugikan Orang Lain dan Diri Sendiri maksudnya tujuan *bermuamalah* adalah mencari keuntungan yang tidak merugikan orang lain, maka dari itu dalam *bermuamalah* haruslah sama-sama menguntungkan kedua belah pihak yang terlibat.

## **B. Tinjauan Umum tentang Diskon**

### **1. Pengertian Diskon**

Menurut Carthy yang dikutip oleh Arif Isnaini, definisi diskon merupakan pengurangan dari harga daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang juga mengorbankan fungsi pemasaran atau menyediakan fungsi tersebut untuk dirinya sendiri. Potongan harga dapat menjadi alat yang bermanfaat dalam perencanaan strategi pemasaran.<sup>35</sup>

Menurut Sigit yang dikutip oleh Arif Isnaini menyebutkan potongan merupakan pengurangan terhadap harga yang telah ditetapkan. Hal tersebut dikarenakan pembeli memenuhi syarat yang telah ditetapkan.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Arif Isnaini, *Model dan Strategi Pemasaran* (Makassar: Ntp Press, 2005).h.

<sup>36</sup> *Ibid*

Soemarso juga menjelaskan bahwa potongan penjualan atau potongan tunai (*cash discount*) adalah potongan harga yang diberikan apabila pembayaran dilakukan lebih cepat dari jangka waktu kredit.<sup>37</sup> 3 Dijelaskan lagi oleh Simamora bahwa potongan penjualan tersebut adalah potongan tunai (*cash discount*) yang ditawarkan kepada para pelanggan yang membeli barang-barang dagangan secara kredit.<sup>38</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat diperoleh pengertian bahwa diskon adalah potongan harga yang diberikan kepada pembeli dengan harga yang telah ditetapkan yang biasanya merupakan strategi dalam promosi. Sistem diskon sering digunakan oleh penjual dalam meningkatkan penjualannya karena dengan adanya diskon atau potongan harga sangat menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan.

Diskon atau potongan harga merupakan sesuatu yang umum digunakan yang dapat berguna sebagai 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 pesan dan pembayaran harga satuan lebih rendah dari biasanya, tetapi kerugian yang dapat timbul adalah membengkaknya biaya penyimpanan karena pemesanan yang lebih besar akan meningkatkan *inventory*.<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup> Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002).hlm. 162

<sup>38</sup> Henry Simamora, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2000).hlm. 154

<sup>39</sup> Dessi Kusumawardan, "Meminimasi Total Biaya Persediaan Produk Sprite 295 Ml Dengan Mempertimbangkan Adanya All Unit Diskon" (Skripsi Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri, Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, 2011).hlm. 13

Penawaran diskon mempunyai efek yang positif terhadap persepsi konsumen dalam konteks hubungan antara nilai produk dengan penawaran. Pada teori *transaction utility* disebutkan bahwa dua tipe nilai dapat dihasilkan melalui diskon harga. Pertama, diskon dapat menghasilkan *acquisition utility* atau nilai standar ekonomi dengan cara menurunkan jumlah uang yang harus dibayarkan dan konsumen tetap mendapatkan keuntungan yang sama dari produk tersebut. Yang kedua diskon dapat menimbulkan *transaction utility* yang dimana konsumen akan membandingkan harga yang telah didiskon dengan *reference price* yang ia miliki sebelumnya.

Sistem diskon dilakukan dengan cara memotong beberapa persen dari harga asli, sehingga harga yang ditawarkan berkurang dari harga asli penawaran produk. Besar diskon biasanya dinyatakan dalam bentuk prosentase.

## **2. Tujuan Diskon**

Tujuan pemberian potongan harga atau diskon yang dilakukan penjual terhadap produk yang dijualnya menurut Karande dan Kumar adalah untuk mengurangi produk yang tersimpan dan meningkatkan penjualan pada kategori produk tertentu.

Tujuan diadakannya diskon atau potongan adalah:

- a. Mendorong pembeli untuk membeli dalam jumlah yang besar sehingga volume penjualan diharapkan akan bisa naik. pemberian potongan harga akan berdampak terhadap konsumen, terutama dalam pola pembelian konsumen yang akhirnya juga berdampak terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan.
- b. Pembelian dapat dipusatkan perhatiannya pada penjual

tersebut, sehingga hal ini dapat menambah atau mempertahankan langganan penjual yang bersangkutan

- c. Merupakan *sales service* yang dapat menarik terjadinya transaksi pembelian.

### 3. Macam-Macam Diskon

Menurut Philip Kotler dalam buku *Manajemen Pemasaran* ada beberapa macam bentuk dari diskon, yaitu:<sup>40</sup>

#### a Diskon Tunai

Diskon tunai adalah pengurangan harga untuk pembeli yang segera membayar tagihannya atau membayar tagihan tepat pada waktunya. Diskon tunai biasanya ditetapkan sebagai suatu persentase harga yang tidak perlu dibayar. Bila mana faktur dibayar dalam beberapa hari tertentu, dan jumlah penuh harus dibayar jika pembayaran melampaui dalam periode diskon. Contoh yang umum adalah “2/10, net 30,” yang berarti bahwa pembayaran akan jatuh tempo dalam 30 hari, tetapi pembeli dapat mengurangi 2% jika membayar tagihan dalam 10 hari. Diskon tersebut harus diberikan untuk semua pembeli yang memenuhi persyaratan tersebut. Diskon seperti itu biasa digunakan dalam banyak hal industri dan bertujuan meningkatkan likuiditas penjual dan mengurangi biaya tagihan dan biaya hutang tak tertagih.

#### b Diskon Kuantitas (*Quantity Discount*)

Merupakan pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar. Contohnya adalah, “\$10 per unit untuk kurang dari 100 unit; \$9 per unit untuk

---

<sup>40</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol* (Jakarta: PT. Prehallindo, 2005),h. 162

100 unit atau lebih.” Menurut undang-undang di Amerika Serikat, diskon kuantitas harus ditawarkan sama untuk semua pelanggan dan tidak melebihi penghematan biaya yang diperoleh penjual karena menjual dalam jumlah besar. Penghematan ini meliputi pengurangan biaya penjualan, persediaan, dan pengangkutan. Diskon ini dapat diberikan atas dasar tidak kumulatif (berdasarkan tiap pesanan yang dilakukan) atau atas dasar kumulatif (berdasarkan jumlah unit yang dipesan untuk suatu periode). Diskon memberikan insentif bagi pelanggan untuk membeli lebih banyak dari seorang penjual dan tidak membeli dari banyak sumber.

c Diskon Fungsional (*Functional Discount*)

Diskon fungsional juga disebut diskon perdagangan (*Trade Discount*), ditawarkan oleh produsen pada para anggota saluran perdagangan jika mereka melakukan fungsi-fungsi tertentu seperti menjual, menyimpan, dan melakukan pencatatan. Produsen boleh memberikan diskon fungsional yang berbeda bagi saluran perdagangan yang berbeda karena fungsi-fungsi mereka yang berbeda, tetapi produsen harus memberi diskon dalam tiap saluran perdagangan.

d Diskon Musiman (*Seasonal Discount*)

Diskon musiman merupakan pengurangan harga untuk pembeli yang membeli barang atau jasa di luar musimnya. Diskon musiman memungkinkan penjual mempertahankan produksi yang lebih stabil selama setahun. Produsen ski akan menawarkan diskon musiman untuk pengecer pada musim semi dan musim panas untuk mendorong dilakukannya pemesanan lebih awal. Hotel, motel, dan perusahaan penerbangan



juga menawarkan diskon musiman pada periode-periode yang lambat penjualannya.

e Potongan (*Allowance*)

Potongan merupakan pengurangan dari daftar harga. Misalnya, potongan tukar tambah (*trade-in allowance*) dan potongan promosi (*propotional allowance*). Potongan tukar tambah 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 tahan lama lain. Potongan promosi merupakan pengurangan pembayaran atau harga untuk memberi imbalan pada penyalur karena berperan serta dalam pengiklanan dan program pendukung penjualan.

#### 4. Faktor Terjadinya Diskon

Ada beberapa faktor yang menyebabkan perusahaan memberikan potongan harga kepada produk yang dijualnya. Menurut Bukhari Alma ada beberapa hal yang menyebabkan dilakukan pemberian potongan harga kepada konsumen, yaitu:<sup>41</sup>

- a. Konsumen membayar lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan.
- b. Pembelian dalam jumlah besar.
- c. Adanya perbedaan timbangan.

---

<sup>41</sup> Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2000).h. 132

Sedangkan menurut Djasmin Saladin ada beberapa alasan perusahaan memprakarsai pemotongan harga, yaitu:<sup>42</sup>

- a. Kelebihan kapasitas.
- b. Merosotnya bagian pasar akibat makin ketatnya persaingan.
- c. Untuk mengunggulkan pasar melalui biaya yang lebih rendah.

Menurut Anne Ahira, dalam penerapannya strategi diskon tidak dilakukan secara serampangan atau pada sembarang kondisi. Langkah atau kebijakan ini menyangkut beberapa kondisi, diantaranya:

#### a Produk Melimpah

Strategi diskon diterapkan ketika jumlah produk yang ada cukup melimpah atau jauh melebihi jumlah permintaan yang ada. Untuk itu diperlukan langkah agar stok produk yang besar tidak macet atau justru malah menumpuk dan memenuhi gudang. Apalagi hukum ekonomi menyebutkan bahwa besarnya *supply* yang tidak dibarengi peningkatan *demand* akan mendorong terjadinya penurunan harga.

#### b Rendahnya Permintaan Pasar

Kondisi ini bisa berupa rendahnya tingkat konsumsi masyarakat akibat rendahnya pendapatan ataupun terjadinya krisis ekonomi sehingga menyebabkan lesunya sektor riil. Seperti halnya dengan hukum ekonomi, rendahnya demand atau permintaan pasar terhadap suatu produk akan mendorong terjadinya penurunan harga. Pada kondisi semacam ini penurunan

---

<sup>42</sup> Djasmin Saladin, *Manajemen Pemasaran “ Analisa, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian* (Bandung: Linda Karya, 2003).hlm151

harga merupakan konsekuensi logis dari kondisi pasar yang ada.

Sehingga pengertian diskon sebagai langkah menurunkan harga merupakan keharusan yang dilakukan pengusaha agar tetap bertahan, bukan suatu strategi bisnis. Ketika diskon diberikan melalui trik promosi yang memikat sehingga berhasil mengkondisikan pasar sekaligus merangsang masyarakat untuk membeli, itu baru bisa disebut strategi bisnis yang cukup jitu.

#### c Persaingan Pasar

Suatu bisnis tentu tidak terlepas dari masalah persaingan. Berkumpulnya sejumlah usaha sejenis di suatu wilayah akan mendorong meningkatnya persaingan yang terjadi. Indikator yang paling mudah untuk memenangkan pertarungan adalah dengan menerapkan harga yang lebih rendah dibanding pesaing lain. Apabila ada satu usaha yang memulai dengan menurunkan harga produk, maka akan memancing pengusaha lainnya untuk berlaku sama, yaitu dengan menurunkan harga atau memberikan diskon yang lebih besar.

## C. Tinjauan Tentang Diskon dalam Hukum Islam

### 1. Pengertian Diskon

Potongan harga atau diskon menurut Syabbul Bachri dikenal dalam istilah *fuqaha* dengan sebutan *al-naqis min al-tsaman* (pengurangan harga).<sup>43</sup> Diskon juga disebut dengan istilah *khasm*. Diskon dalam jual beli

---

<sup>43</sup> Syabbul Bachri, "Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam," *Surabaya: IAIN Sunan Ampel* 15 No. 1 (2010): 15.

Islam terdapat pada akad *muwâdla''ah* atau *Al-Wadli''ah*. Akad *muwâdla''ah* merupakan bagian dari prinsip jual beli dari segi perbandingan harga jual dan harga beli. *Bay'' al-muwâdla''ah* adalah jual-beli di mana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau dengan potongan (*discount*). Penjualan semacam ini biasanya hanya dilakukan untuk barang-barang atau aktiva tetap yang nilai bukunya sudah sangat rendah.<sup>44</sup>

Diskon merupakan pengurangan dari harga daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang juga mengorbankan fungsi pemasaran atau menyediakan fungsi tersebut untuk dirinya sendiri. Potongan harga dapat menjadi alat yang bermanfaat dalam perencanaan strategi pemasaran<sup>45</sup>

Diskon juga mempunyai efek yang positif terhadap konsumen dalam konteks nilai produk dengan penawaran. Dalam pemberian diskon ada untungnya bagi konsumen yaitu diskon dapat menghasilkan nilai standar ekonomi dengan cara menurunkan jumlah uang yang harus dibayarkan dan konsumen tetap mendapatkan keuntungan yang sama dari produk tersebut dan pemberian diskon, yaitu konsumen dapat membandingkan harga yang telah didiskon. Sistem diskon dilakukan dengan cara memotong beberapa persen dari harga asli, sehingga harga yang ditawarkan berkurang dari harga asli penawaran produk. Besar diskon biasanya dinyatakan dalam bentuk presentase (%).

---

<sup>44</sup> Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006). hlm. 27.

<sup>45</sup> Erry Fitrya, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem diskon* (Malang: Ntp Press, 2005). hlm. 89.

## 2. Tujuan Diskon

Tujuan dari pemberian diskon adalah agar pembeli untuk membeli barang dalam jumlah yang besar dan memusatkan perhatian pembeli, diadakannya diskon atau potongan. Mendorong pembeli untuk membeli dalam jumlah yang besar sehingga volume penjualan diharapkan akan bisa naik. pemberian potongan harga akan berdampak terhadap konsumen, terutama dalam pola pembelian konsumen yang akhirnya juga berdampak terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan.

Tujuan pemberian diskon dari pihak pembeli kepada penjual yakni:

- a. Mengajak pembeli untuk membeli barang yang dijual oleh penjual dalam skala besar.
- b. Untuk menari pembeli dalam skala besar
- c. Diharapkan pembeli dapat menjadi pelanggan tetap penjual tersebut

Berdasarkan definisi di atas bahwa tujuan pemberian potongan harga atau diskon yang dilakukan penjual terhadap produk yang dijualnya adalah untuk mengurangi produk yang tersimpan dan meningkatkan penjualan pada kategori produk tertentu.

## 3. Macam-Macam Diskon

Macam-macam diskon adalah diskon bersyarat, diskon Plus, diskon kupon, diskon anggota *Up To Discount*, *Clereance Discount* dan diskon terbatas.

- a. Diskon bersyarat adalah diskon yang diberikan kepada pembeli karena syarat-syarat

tertentu telah ditetapkan penjual. Pada dasarnya terdapat dua jenis

diskon bersyarat dalam perusahaan, yaitu:

- (1) Diskon Tunai adalah potongan harga yang diberikan kepada pembeli dari harga resmi yang tertera pada brosur harga.
  - (2) Diskon Kredit adalah potongan harga yang diberikan karena pembeli membayar utang pembelian dalam masa potongan tunai sesuai dengan syarat pembelian yang telah ditentukan.
- b. Diskon Plus adalah yang diberikan kepada pembeli yang besarnya diskon sebanyak dua macam. Jika terdapat suatu produk tertulis 50%+20%, hal tersebut yang disebut diskon plus. Diskon tersebut bukan diskonnya 70%, tetapi harga beli dipotong dengan 50%, kemudian harga yang didiskon dipotong lagi 20%.
  - c. Diskon Kupon adalah diskon yang diberikan kepada pembeli yang mempunyai kupon pembelian. Diskon kupon dapat diperoleh dari brosur atau Koran. Selain itu, diskon kupon juga dapat kita peroleh melalui internet.
  - d. Diskon anggota atau member discount adalah diskon yang berlaku untuk anggota tertentu, dan bagi yang tidak menjadi anggota tidak diberikan diskon. Konsumen yang telah terdaftar menjadi anggota pada waktu melakukan transaksi mendapatkan diskon khusus sesuai dengan ketentuan yang sedang berlaku.
  - e. Up to discount adalah diskon yang diberikan kepada pembeli yang macam diskonnya bermacam-macam dengan diskon maksimal seperti yang dicantumkan.

Up to discount banyak diterapkan pada produk fashion.

- f. Clearance discount adalah diskon yang diberikan kepada pembeli dengan besarnya diskon disesuaikan dengan keinginan pembeli. Maksudnya, Anda diberi kebebasan untuk menawar harga yang tertera di label. Clearance discount biasa diterapkan di pasar tradisional. Dalam diskon ini pembeli harus memiliki kejelian dalam memenangkan penawaran. Seni menawar merupakan gabungan dari pengetahuan, persuasive, dan bahasa tubuh.
- g. Diskon di waktu terbatas adalah menaruhnya di waktu terbatas. Sebagai contoh jakarta midnight sale yang diadakan di berbagai mal. Trik ini ditujukan untuk menimbulkan unsur ketergesa-gesaan sehingga setiap orang yang datang akan merasa memiliki momentum sempit dan terancam kehabisan barang yang diinginkan. Selain itu diskon di hari-hari besar, seperti saat ini kita akan merayakan hari kemerdekaan.

Berdasarkan definisi tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa macammacam potongka diskon yaitu meliputi: diskon tunai merupakan: pengurangan harga untuk pembeli yang segera membayar tagihannya atau membayar tagihan tepat pada waktunya, Diskon Plus merupakan yang diberikan kepada pembeli yang besarnya diskon sebanyak dua macam, member discount merupakan diskon yang berlaku untuk anggota tertentu, dan bagi yang tidak menjadi anggota tidak diberikan diskon, dan Salah satu cara marketing untuk melakukan diskon adalah menaruhnya di waktu terbatas.

#### 4. Ketentuan Harga Diskon

##### a. Ketentuan Harga Diskon dalam Hukum Ekonomi Syariah

Ketentuan harga diskon dalam hukum ekonomi syariah diperbolehkannya suatu transaksi selama hal tersebut tidak menyebabkan kemudharatan pada penjual maupun pada pembeli. Transaksi yang diperbolehkan yaitu:

- 1) Hukum asal pada semua transaksi adalah halal yang tidak bisa dibatalkan kecuali dengan dalil yang benar, jelas dan tegas.
- 2) Adapun gharar yang terkandung dalam transaksi ini dianggap tidak ada atau dimaafkan. Karena tidak menyebabkan kemudharatan pada kedua belah pihak. Bagi penjual atau penyedia layanan jasa, ia tetap beruntung.

Dalam istilah *marketing*, diartikan sebagai segala harga rendah yang diberikan oleh penjual kepada pembeli atas suatu komoditi atau jasa tertentu, untuk mendorong manusia melakukan pembelian atau mempertahankan mereka melakukan aktivitas jual beli dengan penjual. Istilah potongan harga atau diskon ini memang belum dikenal di kalangan fuqaha dalam kitab-kitab mereka. Akan tetapi istilah yang dikenal mereka untuk menunjuk pengertian potongan harga atau diskon adalah *al-batt min al-tbaman* atau *al-naqs min al-tbaman* (penurunan harga atau pengurangan harga).

Dapat diambil kesimpulan bahwa terkait dengan harga dalam ketentuan diskon harga merupakan nilai uang yang seseorang butuhkan untuk



memperoleh sejumlah produk dan pelayanan sedangkan penetapan harga suatu produk atau jasa berdasarkan atau tergantung dari suatu transaksi tersebut diperbolehkan apabila tidak menyebabkan kemudharatan dari kedua belah pihak dan semua transaksi adalah halal yang tidak bisa dibatalkan kecuali dengan dalil yang benar.

b. Proses Penerapan Diskon dalam Hukum Ekonomi Syariah

Proses perkembangan perekonomian dalam bidang perdagangan dan perindustrian semakin hari semakin maju pesat bahkan telah memberikan kemajuan yang luar biasa kepada konsumen dan berbagai produk barang yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Yusuf Aho Ae dalam Syabhu Bahri:

Salah satu penyebab yang mendasar dan melatarbelakangi perlunya penjagaan terhadap hak-hak para konsumen adalah karena metode periklanan modern yang kerap dilakukan disinformasikan kepada konsumen dari pada memberikan informasi yang jelas dan obyektif. Akibatnya konsumen berada dalam kondisi tawar menawar yang tidak berimbang karena kesulitan dalam memperoleh informasi yang memadai.<sup>46</sup>

Dalam menjaga terhadap konsumen yaitu tentang hak-haknya maka pihak penjual perlu mengadakan atau menerapkan metode yaitu yang sangat jitu sehingga para konsumen atau pembeli

---

<sup>46</sup> Syabhu Bahri, "Hukum Promosi Produk dalam Perspektif Hukum Islam," *Syabhu Bahri, "Hukum Promosi Produk dalam Perspektif Surabaya: Institut Agama Islam Negeri* Vol. 8 No.1 (uni 2013): 138.hlm. 138.

tidak akan mengadakan transaksi tawar-menawar lagi, misalkan para pedagang telah membuat metode dengan cara meberikan informasi secara tertulis yaitu dengan kata-kata diskon dan harga yang telah ditentukan.

c. Transaksi yang Dilarang Dalam Hukum Islam

Dalam sistem harus terlepas dari beberapa faktor yang diharamkan. Adapun faktor-faktor diharamkannya sistem diskon adalah dikarenakan:

1) Haram Dzatnya

Transaksi dilarang karena objeknya terlarang. Misalnya: Khamr, bangkai, babi, dan lainnya. Dengan demikian jika terjadi transaksi jual beli barang-barang haram tersebut dengan akad *muwadla'ah*, secara otomatis transaksi ini menjadi haram.

2) Haram Selain Dzatnya

Transaksi dianggap terlarang meski objeknya tidak harap dikarenakan melanggar prinsip-prinsip "*an taradin munkum dan prinsip la tazhlimuna wa*

*la tuchauna*" praktek-praktek yang melanggar prinsi yaitu:

- a) Najasy adalah bermakna al-itsara, yaitu mengerakkan, yang di ambil dari kata :najasytu ash-shaida idzaatsartu (aku menghalu hewan buruan apabila aku menggerakkan/mengejutkan. Sedangkan menurut terminologis adalah: seseorang menambah harga pada suatu barang, namun

ia tidak membutuhkan barang tersebut dan tidak ingin melihatnya.

- b) Gharar secara bahasa adalah khatar (resiko, bahaya) dan taghiri melibatkan suatu yang gharar. Dikatakan gharar *binafsihi wa malihi tagriran*, yakni jika seseorang melibatkan diri dan hartanya dalam wilayah gharar maka itu berarti keduanya telah dihadapkan kepada suatu kebiasaan yang tidak diketahui kebenarannya.

Sedangkan bentuk transaksi gharar seperti:

1) Ketidak Jelasan Barang

Fisik barang tidak jelas misalnya penjual berkata “aku menjual kepadamu barang yang ada di dalam kotak ini dengan harga 100.000, dan si pembeli tidak mengetahui kondisi fisik barang tersebut.

2) Ketidak Jelasan Harga

Penjual tidak menentukan harga misalnya: “aku menjual mobil in kepadamu dengan harga sesukamu” lalu mereka berpisah dan harga belum di tentukan kedua belah pihak, Syariat Islam membolehkan setiap aktivitas jual beli di antara sesama manusia yang dilakukan atas dasar menegakkan kebenaran (haq), keadilan, menegakkan kemaslahatan manusia pada ketentuan yang dibolehkan Allah Swt. Sehubungan dengan itu, Syariat Islam mengharamkan setiap aktivitas ekonomi yang bercampur dengan kedzaliman, penipuan, muslihat, ketidakjelasan, dan hal-hal lain yang diharamkan dan dilarang Allah Swt.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Muhamad Azzam. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Ahmad Munawwir. *Kamus Arab –Indonesia Terlengkap*. Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.
- Ahmad Wardi Muslich. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Al-Muslih, Abdullah & Shalah ash-Shawi. *Fiqh Ekonomi Islam*. Jakarta: Darul Haq, 2004.
- Amir Syarifuddin. *Garis-garis Besar Fiqh*. Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Arif Isnaini. *Model dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Ntp Press, 2005.
- Bukhari Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2000.
- Dede Rosyada. *Hukum Islam dan Pranata Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993.
- Dessi Kusumawardan. “Meminimasi Total Biaya Persediaan Produk Sprite 295 Ml Dengan Mempertimbangkan Adanya All Unit Diskon.” Skripsi Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia, 2011.
- Djasmin Saladin. *Manajemen Pemasaran “ Analisa, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya, 2003.
- Erry Fitrya. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem diskon*. Malang: Ntp Press, 2005.

- Ferdian. “Analisi Pengaruh Tingkat Diskon Terhadap Sikap dan Keinginan Membeli.” Skripsi Fakultas Ekonomi, UI, 2008.
- Harir Muzakki, Ahmad Sumanto. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Upah Pembajak Sawah di Desa Klesem Pacitan.” *Jurnal Al-’Adalah Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung* Vol 14, No 2 (2017). <https://doi.org/10.24042/adalah.v14i2.1909>.
- Henry Simamora. *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- <http://corporate.ramayana.co.id/index.php/en/about-the-company> diakses pada hari Kamis tanggal 01 Januari 2021,” t.t.
- <https://www.scribd.com/2019/09/Pengertian-Tinjauan.html>, diakses pada 9 Juli 2020 Pukul 11.10 WIB.,” t.t.
- Kartini Kartono. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Ketujuh. Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- “Pengertian-Tinjauan,” t.t.  
<https://www.scribd.com/2019/09/Pengertian-Tinjauan.html>, diakses pada 9 Juli 2020 Pukul 11.00 WIB.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo, 2005.
- Rachmat Syafe’i. *Ilmu Ushul Fiqih*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2011.
- Ruslan Abd Ghofur. “AKIBAT HUKUM DAN TERMINASI AKAD DALAM FIQH MUAMALAH.” *Jurnal ASAS*

*Fakultas Syariah UIN Raden Intan Lampung Vol 2, No 2* (2010). <https://doi.org/10.24042/asas.v2i2.1626>.

Sarifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Setia, 1998.

Soemarso. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Sugiono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: al-fabeta, 2012.

Suhardi Nur. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.

Susiadi. *Metode Penelitian*. Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M UIN Raden Intan Lampung, 2015.

Syabbu Bahri. "Hukum Promosi Produk dalam Perspektif Hukum Islam." *Syabbu Bahri, "Hukum Promosi Produk dalam Perspektif Surabaya: Institut Agama Islam Negeri Vol. 8 No.1 (uni 2013): 138*.

Syabbul Bachri. "Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam." *Surabaya: IAIN Sunan Ampel 15 No. 1 (2010): 15*.

Yuniati Asmaniah. "Bauran Promosi dalam Perspektif Islam." Skripsi, UIN Malang, 2007.

Zainudin Ali. *Metode Penelitian Hukum*. III. Jakarta: Grafik Grafika, 2011.

Zainul Arifin. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006.