TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM DISKON
(Studi Kasus di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya)

SKRIPSI

Oleh:

Erry Fitrya Primadhany
NIM. 08220028

JURUSAN HUKUM BISNIS SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2012

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM DISKON
(Studi Kasus di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan

Mencapai Gelar Sarjana Hukum Islam (S.H.I)

Oleh:

Erry Fitrya Primadhany
NIM. 08220028

JURUSAN HUKUM BISNIS SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2012

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan penuh rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, peneliti menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM DISKON
(Studi Kasus di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya)

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindah data milik orang lain. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini ada kesamaan baik isi, logika maupun datanya secara keseluruhan, maka skripsi dengan gelar sarjana yang diperoleh secara otomatis batal demi hukum.

Malang, 20 Maret 2012
Penulis,

Erry Fitrya Primadhany
NIM 08220028

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudari Erry Fitrya Primadhany NIM: 08220028 Jurusan Hukum Bisnis Syari'ah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Maliki Ibrahim Malang dengan judul:

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM DISKON
(Studi Kasus di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya)

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji pada Majelis Dewan Penguji

Mengetahui, Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syai'ah	Malang, 19 Maret 2012 Dosen Pembimbing
Dr. Suwandi, M. H. NIP: 19610415 200003 1 001	Dr. Fakhruddin, M. H. I. NIP. 19740819 200003 1 002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara Erry Fitrya Primadhany Nim:08220028, mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, setelah membaca, mengamati kembali berbagai data yang ada di dalamnya, dan mengoreksi, maka skripsi yang bersangkutan dengan judul:

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM DISKON

(Studi Kasus di pertokoan Pasar Baru Palangkaraya)

telah dianggap memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk disetujui dan diajukan pada majelis dewan penguji.

Malang, 10 April 2012
Pembimbing**,**

Fakhruddin M.H.I
NIP. 19740819 200003 1 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudari Erry Fitrya Primadhany, NIM 08220028, mahasiswi Jurusan Hukum Bisnis Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM DISKON
(Studi Kasus di pertokoan Pasar Baru Palangkaraya)

Telah dinyatakan lulus dengan nilai A (Sangat Memuaskan)

Dengan Penguji:

1. Dra. Jundiani, S.H., M.Hum (_____)
   NIP 19650904 199903 2 001 Ketua

2. Dr. Fakhruddin M.H.I (_____)
   NIP. 19740819 200003 1 002 Sekertaris

3. Dr. Hj. Tutik Hamidah, M.Ag. (_____)
   NIP 19590423 198603 2 003 Penguji Utama

Malang, 10 April 2012
Dekan,

Dr. Hj. Tutik Hamidah, M.Ag.
NIP 19590423 198603 2 003

MOTTO

وَجَعَلْنَا فِيهَا جَنَّٰتٍ مِّن نَّخِيلٍ وَأَعْنَٰبٍ وَفَجَّرْنَا فِيهَا مِنَ ٱلْعُيُونِ (٣٤) لِيَأْكُلُواْ مِن ثَمَرِهِۦ وَمَا عَمِلَتْهُ أَيْدِيهِمْ ۖ أَفَلَا يَشْكُرُونَ (٣٥)

Dan Kami jadikan padanya kebun-kebun kurma dan anggur dan Kami pancarkan padanya beberapa mata air. Supaya mereka dapat makan dari buahnya, dan dari apa yang diusahakan oleh tangan mereka. Maka mengapakah mereka tidak bersyukur

(Q.S. Yasin: 34-35)

هُوَ ٱلَّذِى جَعَلَ لَكُمُ ٱلْأَرْضَ ذَلُولًا فَٱمْشُواْ فِى مَنَاكِبِهَا وَكُلُواْ مِن رِّزْقِهِۦ ۖ وَإِلَيْهِ ٱلنُّشُورُ (١٥)

Di alah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.

(Q.S Al-Mulk: 15)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala rasa syukur dan kerendahan hati, ku persembahkan karya ini kepada orang-orang yang telah mewarnai hidupku, yang selalu membangkitkan semangat, keceriaan dan keyakinan untuk selalu menjalani hidup dengan penuh syukur kepada-Nya

Ayahanda yang telah memberikan nasihat-nasihat yang sangat berarti serta mendidik dengan penuh kesabaran, mengajarkanku arti kerja keras, kedisiplinan, ketegasan, komitmen dan segalanya yang berarti dalam hidup ini dan yang selalu membangkitkan semangatku dalam menempuh sukses

Ibunda yang senantiasa memberikan perhatian dari kecil sehingga sekarang ini, yang selalu meyakinkanku bahwa aku pasti bisa, memberikanku nasihat-nasihat yang selalu berpengaruh dalam setiap kesuksesanku. Betapa besar rasa terimakasihku kepada mereka atas segala daya dan upaya menjadikanku sukses dunia akhirat. Semoga Allah senantiasa melindungi Amin Ya rabb.

. Kakakku Esty si ngongot yang senantiasa mengajarkan hal "bebungulan", yang selalu menghiasi hariku dengan tawa, canda dan nasihatnya yang ternyata berarti dalam hidupku.

The prince of my heart , thank you for everything, I'm sure that someday we'll get our success and our happiness together in every step and struggle

Teman-teman seperjuangan HBS : Timlo, Emple, Bibe dan HBS A lainnya Terima kasih telah mengisi hari-hariku selama empat tahun dan semoga silaturrahim kita tidak akan terputus.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Taufiq dan Hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat serta salam semoga tetap terllimpahkan kepada Nabi agung Muhammad SAW. beserta keluarga, sahabat, keturunan, serta pengikut beliau. Dan semoga kita termasuk umatnya yang mendapatkan syafa'at di akhirat kelak. Amiin.

Atas nikmat Allah SWT. yang telah diberikan, skripsi yang berjudul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon (Studi Kasus di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya) ini dapat terselesaikan. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Prof. Imam Suprayogo sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang penulis sampaikan terima kasih atas segala saran dan prasarana yang disediakan untuk kami selama kuliah di Universitas yang bapak pimpin. Semoga UIN akan semakin maju dan terus maju di bawah pimpinan Bapak
2. Dr. Hj. Tutik Hamidah. M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

3. Dr Fakhruddin M. H. I. sebagai pembimbing skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan, arahan, motivasi dan juga dukungannya. Semoga selalu diberi kemudahan dalam menjalani kehidupan.
4. Semua Dosen Fakultas Syari'ah yang telah memberikan ilmunya kepada penulis. Terima kasih atas bimbingan dan do'anya selama ini.
5. Kepada Para Staf Fakultas Syari'ah yang memberikan informasi yang penulis butuhkan, mulai dari sejak penulis mengajukan proposal, hingga tuntasnya penulisan skripsi
6. Ibu Emi, Ibu Prapto, Ibu Atin, Ibu Akik dan mbak Tatik, terimakasih atas kerjasamanya dalam memberikana izin serta informasi-informasi dalam menyelesaikan peneliatian ini.
7. Ayahanda dan Ibunda tercinta, H. Drs. Suryadi dan Dra Hj. Gt. Ruhani Sag., terima kasih atas do'a, kasih sayangnya serta dukungannya yang tiada tara yang selama ini telah memacu semangatku untuk selalu optimis menggapai sukses.
8. Kakakku Esty Aryani Safithry, Mpsi. terima kasih atas segala saran dan kritiknya yang menjadi salah satu motivasi penyelesaian penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku yang selalu menemani langkahku dan menghadirkan semangat, keceriaan canda tawa selama empat tahun ini, Nur Hotimah, Siti Anisah dan Khoirul Muhbibah, semoga kesuksesan selalu mengiringi langkah kita.

10. Untuk seseorang yang selalu memberikan masukan, semangat, kasih sayang, kenangan indah dan segalanya yang telah memberi warna dalam hidupku. Semoga cita-cita kita kelak akan segera tercapai Insya Allah.
11. Teman-teman Fakultas Syari'ah angkatan 2008 yang telah banyak membantu dan memberikan motivasi, serta do'anya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sehingga bisa terseleseikan dengan baik.
12. Teman-teman kost kertosariro terima kasih atas bantuan dan do'anya dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT. juga memudahkan aktivitas kalian.
13. Teman-teman crafter "New Flanel Lover", terimakasih atas do'a dan semangatnya , semoga semuanya selalu sukses dalam meraih segala impian kita semua.
14. Serta semua pihak yang ikut andil dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini tak lepas dari kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu kritik dan saran dari pembaca yang budiman sangat penulis harapkan.

Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya penulis sendiri. Semoga Allah SWT akan memberikan taufik dan hidayah-Nya kepada kita semua Amien Ya Robbal Alâmin.

Malang, 10 April 2012

Penulis

Erry Fitrya Prmadhany

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
PUSAT PERPUSTAKAAN

TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi adalah pemindahalihan dari bahasa Arab ke dalam tulisan Indonesia (latin). Bukan terjemahan bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia.

B. Konsonan

ا = Tidak dilambangkan	ض = dl
ب =b	ط = th
ت =t	ظ = dh
ث = ts	ع = ‘(koma menghadap ke atas)
ج =j	غ = gh
ح =h	ف =f
خ = kh	ق =q
د =d	ك =k
ذ = dz	ل =l
ر =r	م =m
ز =z	ن =n
س =s	و =w
ش = sy	ه =h
ص = sh	ي =y

C. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal fathah ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang = â misalnya قال menjadi qâla

Vokal (i) panjang = î misalnya قيل menjadi qîla

Vokal (u) panjang = û misalnya دون menjadi dûna

Khusus untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan " î ",melainkan tetapa ditulis dengan "iy" agar dapat menggambarkan ya' nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya' setelah fathah ditulis dengan "aw" dan "ay". Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) و misalnya قول menjadi qawlun.

Diftong (ay) ي misalnya خير menjadi khayrun.

D. Ta' marbûthah (ة)

Ta' marbûthah ditransliterasikan dengan "t", jika berada ditengah-tengah kalimat. Akan tetapi apabila Ta' marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditranslitarasikan dengan menggunakan "h" misalnya الرسسلة للمدرسةة menjadi *al-risâlat li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan t yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya في رحمة اللهmenjadi *fî rahmat Allâh.*

E. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalâlah

Kata sandang berupa "al" (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan "al" dalam lafadh Jalâlah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (idhafah) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan…

2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan …

3. Mâsyâ Allâh kâna wa mâ lam yasya lam yakun.

4. Billâh 'azzâ wa jalla

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ii
HALAMAN PERSETUJUAN iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iv
PENGESAHAN SKRIPSI v
MOTTO vi
HALAMAN PERSEMBAHAN vii
KATA PENGANTAR viii
TRANSLITERASI xii
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR LAMPIRAN xvii
ABSTRAK xviii
BAB I PENDAHULUAN 2
A. Latar Belakang Masalah 2
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Penelitian terdahulu 8
F. Sistematika Pembahasan 11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 13
A. Tinjauan Umum Sistem Diskon 13
1. Pengertian Diskon 14

2. Tujuan Sistem Diskon 16
3. Macam-macam Diskon 17
4. Faktor Terjadinya Diskon. 19
5. Contoh Perhitungan Sistem Diskon 21
B. Sistem Diskon dalam Hukum Islam 22
1. Pengertian Diskon 22
2. Rukun dan Syarat Bai' Al- *Muwâdla'ah* 24
3. Ketentuan Harga pada *Bay' Muwâdla'ah* 26
4. Hukum Diskon dan Transaksi yang Dilarang 27
BAB III METODE PENELITIAN 34
A. Lokasi penelitian 34
B. Jenis penelitian 35
C. Pendekatan penelitian 35
D. Sumber data 36
E. Teknik Pengumpulan Data 37
F. Teknik Pengujian Keabsahan Data 38
G. Teknik Analisis Data 38
BAB IV PAPARAN DAN ANALISA DATA 41
A. Deskripsi Objek Penelitian 41
B. Paparan Data 47
1. Praktek Jual-Beli dengan Sistem Diskon di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya 47
C. Analisis Data 52

1. Analisis Terhadap Praktek Jual-Beli dengan Sistem Diskon di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya 52

2. Tinjauan Hukum Islam pada Jual Beli Dengan Sistem Diskon di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya 56

BAB V PENUTUP 64

A. Kesimpulan 64

B. Saran 65

DAFTAR PUSTAKA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM PUSAT PERPUSTAKAAN

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat keterangan bimbingan skripsi dari Fakultas Syariah UIN Maliki Malang

2. Surat keterangan izin penelitian dari Fakultas Syariah UIN Maliki Malang

3. Surat keterangan melakukan penelitian

4. Surat keterangan Dinas Pasar Kota Palangkaraya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM PUSAT PERPUSTAKAAN

ABSTRAK

Primadhany, Erry Fitrya. 2012. ***Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon (Studi Kasus di Pertokoan Pasar Besar Palangkaraya)***. Skripsi. Jurusan Hukum Bisnis Syari'ah Fakultas Syari'ah. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing Dr. Fakhruddin M. H. I

Kata Kunci: Sistem Diskon, Hukum Islam

Konsep jual beli dalam Islam ialah jual beli yang membawa keuntungan dan manfaat pada pelakunya yang berdasarkan atas ketuhanan, etika, kemanusiaan dan keseimbangan. Keuntungan dari pihak penjual adalah apa yang didapatkan berdasarkan kuantitas penjualan barang. Ada banyak cara yang dilakukan sebagai upaya mempengaruhi pembeli agar membeli barang yang dijualnya. Salah satunya ialah dengan melakukan promosi diskon dalam sistem pemasaranya. Ada kalanya pembeli yang senantiasa memiliki *references price* menyadari bahwa barang yang didiskon harga awalnya dinaikan terlebih dahulu dan barang yang dikenakan diskon adalah barang yang berkualitas jelek.

Peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana sistem diskon yang dilakukan di pertokoan pasar Baru Palangkaraya dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap sistem diskon di pertokoan pasar Baru Palangkaraya.

Untuk mencapai tujuan tersebut peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis peneltian *field research* Sedangkan data yang dikumpulkan berupa data primer dan data skunder yang dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi yang kemudian data tersebut diedit, diperikasa, dan disusun secara cermat serta sedemikian rupa yang kemudian dianalisis dengan *deskriptif kualitatif*.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa sistem diskon yang berlaku pada pertokoan Pasar Baru Palangkaraya diantaranya: pembelian barang dengan jumlah banyak, dilakukan pada saat-saat tertentu misalnya ketika akan tiba hari raya, diberikan pada barang yang sedang "trend" di kalangan pembelidan diberikan pada barang-barang stok lama. Tinjauan hukum Islam terhadap sistem diskon di pertokoan pasar Baru Palangkaraya dibagi menjadi dua, yaitu: diperbolehkan karena rukun dan syarat pada akad jual beli telah terpenuhi yaitu yang terdapat pada toko Setiawan dan toko Any dan menjadi diharamkan karena terdapat syarat pada objek akad yang tidak terpenuhi dan terdapatnya unsur-unsur yang dilarang dalam jual beli yaitu *tadlis* dan *najasy*. Hal ini ditemukan pada sistem jual beli diskon toko Yenie. Pihak toko Yanie tidak memeriksa kualitas barang yang dijual dengan sistem diskon, sehingga terdapat barang cacat yang tetap dijual kepada pembeli, selain itu harga barang sebelum dikenakan diskon telah dinaikkan dengan alasan mengikuti harga pasar sehingga harga barang yang dikenakan diskon sebenarnya merupakan harga normal.

ABSTARCT

Primadhany, Erry Fitrya, 2012. ***Islamic Law Overview To The Discount System (Case Study in Shops Of Pasar Baru Palangkaraya)***. Minor Thesis. Major Of Business Law Syari'ah. State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang. Supervisor: Dr. Fakhruddin M.H.I.

Keywords: Discount System, Islamic Law

The concept of buying and selling in Islam is the sale and purchase that brings the advantages and benefits to the subject based on divinity, ethics, humanity, and balance. Advantages of the seller what they obtained from the quantity of goods sales. There are many ways to influence the buyers to buying the goods. One of them is using a discount promotion in the marketing system. There are times when the buyers have reference price realized that the goods with discounted, the initial price has increased in advance and those goods has poor quality.

Researches conducted this study with the aim to find out how the discount system performed by shops of Pasar Baru Palangkaraya and how Islamic legal review the discount system in shops of Pasar Baru Palangkaraya

To achieve these objectives, research used a qualitative approach and type of field research. While the data collected in the form of primary and secondary data was done by using observation, interviews, an documentation and data edited, checked and arranged carefully and n such away then analyzed by qualitative descriptive.

These results indicate that the discount system applicable to the shops of Pasar Baru Palangkaraya include: the purchase of goods on large quantities, performed at certain times such as when holiday will arrived, provided on the goods are being "trend" among buyers and given on the old stock of goods. Islamic law overview to the discount law in the stores of Pasar Baru Palangkaraya are devided into two: it is allowed because the pillars and the conditions for the sales and purchase agreement have been fulfilled. It found in the Setiawan and Any Shops. It is forbidden because there is a requirement in the agreement could not be fulfilled and the presence in the prohibited elements in the sale and purchase that is *tadlis* and *najasy.* It is found in the discount in Yenie Shop. The Yenie Shop not check the quality of the goods which sold by the discount system. So there is flawed goods is sold to buyer, more ever the price of goods before charged by discount have been raised following the market price of goods subjected by discount actually is a normal price.

الملخص البحث

فريماداني, ايري فطريا .2012 . **نظرة عامة على القانون الإسلامي لنظام الخصم (دراسة حالة في المحلات التجارية من باسار بارو بالانجكارايا)** . الأطروحة .أطروحة .قسم القانون التجاري كلية الشريعة مع أحكام الشريعة الإسلامية .الدولة الإسلامية من جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج .المشرف :الدكتور فخر الدين الما جستير.

كلمات البحث: نظام الخصم، والشريعة الإسلامية

مفهوم البيع والشراء في الإسلام هو البيع والشراء التي تجمع مزايا وفوائد لهذا الموضوع على أساس اللاهوت والأخلاق والإنسانية، والتوازن .مزايا هذا البائع ما حصلوا عليه من كمية مبيعات السلع .هناك طرق عديدة للتأثير على المشترين لشراء البضائع .واحد منهم يستخدم ترويج الخصم في نظام التسويق .هناك أوقات يكون للمشترين السعر المرجعي أدركت أن السلع مع مخفضة، السعر المبدئي قد زاد في وقت مبكر وتلك السلع لديها نوعية رديئة .

أجريت بحوث هذه الدراسة بهدف معرفة كيف يمكن لنظام الخصم التي تقوم بها المحلات التجارية من باسار بارو بالانجكارايا وكيفية الإسلامية المراجعة القانونية لنظام الخصم في المحلات التجارية من باسار بارو بالانجكارايا

لتحقيق هذه الأهداف، وتستخدم الأبحاث نهج نوعي ونوع من البحث الميداني .في حين تم الانتهاء من البيانات التي تم جمعها في شكل بيانات أولية وثانوية باستخدام الملاحظة، والمقابلات، والوثائق والبيانات التعديل، فحص ورتبت بعناية ون مثل بعيدا ثم تحليلها بواسطة وصفي نوعي.

هذه النتائج تشير إلى أن نظام الخصم ينطبق على المحلات التجارية من باسار بارو بالانجكارايا ما يلي : شراء السلع عن الكميات الكبيرة التي تجري في أوقات معينة مثل عندما عطلة وصلت، وقدمت على السلع ويجري "اتجاه" بين المشترين وبالنظر في المخزون من السلع القديمة .ومقسمة الإسلامية نظرة عامة على القانون للقانون الخصم في مخازن باسار بارو بالانجكارايا إلى قسمين : يجوز لأنه قد تم الوفاء بها أركان وشروط لاتفاقية بيع وشراء .العثور عليها في أي سيتياوان ومحلات .يحظر بسبب وجود شرط في اتفاق لا يمكن الوفاء بها، ووجود في العناصر المحظورة في بيع وشراء، وهذا هو تدلس و انجسي انها وجدت في الخصم في متجر ييني .متجر ييني لا تحقق من جودة السلع التي تباع من قبل نظام الخصم .وتباع السلع حتى لا يكون هناك خلل في المشتري، أكثر من أي وقت مضى على أسعار السلع التي يتقاضاها قبل خصم قد أثيرت في أعقاب سعر السوق من بضائع تعرض من قبل الخصم هو في الواقع السعر العادي.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
PUSAT PERPUSTAKAAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk ciptaan Allah SWT yang bersifat sosial yaitu makhluk yang hidup dalam masyarakat dan berinteraksi dengan sesamanya. Sebagai makhluk sosial manusia tidak akan bisa memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri, ia membutuhkan pertolongan manusia lainnya untuk saling berkolaborasi dalam pemenuhan kebutuhan fungsi-fungsi sosial tersebut. Pergaulan hidup tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang lain itu bisa disebut dengan muamalat. Manusia yang pada hakikatnya saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya merupakan suatu ciri konsep muamalah yang tidak bisa lepas dari kehidupan.

Konsep muamalah merupakan suatu konsep yang mengatur hubungan baik antara sesama manusia yang bertujuan menjaga hak-hak manusia, merealisasikan kemaslahatan dan menjauhkan segala kemudharatan yang akan terjadi. Konsep tersebut telah diatur sedemikian rupa oleh Islam dalam bentuk syari'at yang memuat berbagai hukum, yaitu halal, haram, mubah dan makruh. Di dalam hukum tersebut terdapat prinsip-prinsip Islam dalam kaitannya dengan kehidupan. Baik kaitanya 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 diperlukan adanya rambu-rambu kehidupan manusia yang dapat menuntun dalam bermuamalah. Rambu-rambu tersebut ialah 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 antar individu dalam komunitas atau masyarakat dengan cara menyeimbangkan 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.[1] Untuk itu pemahaman terhadap bidang fiqh muamalat amatlah penting, karena fiqh muamalah merupakan pengarah kehidupan hubungan antar manusia. Sehingga manusia kapanpun dan dimanapun harus senantiasa mengikuti

[1] Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqih Islam* (Jakarta: Amzah, 2010) 6.

aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT, sekalipun dalam perkara yang bersifat duniawi termasuk kegiatan bermu'amalah, sebab segala aktivitas manusia akan dimintai pertanggungjawabannya kelak di akhirat. Dalam Islam tidak ada pemisahan antara amal dunia dan amal akhirat. Sekecil apapun aktivitas manusia di dunia harus didasarkan pada ketetapan Allah SWT agar selamat dunia akhirat.

Bahan baku bentuk perwujudan dari muamalat yang disyariatkan oleh Allah tersebut adalah berupa jual beli. Hal ini sebagaimana firman-Nya :

وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰا۟

Artinya : ".....padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba....." [2]

Ajaran Islam yang mengatur seluruh bidang kehidupan manusia mengenal konsep jual beli sebagai suatu alat untuk menjadikan manusia itu semakin dewasa dalam berpola pikir dan melakukan berbagai aktivitas, termasuk aktivitas ekonomi. Dalam segenap aspek kehidupan bisnis dan transaksi, dunia Islam mempunyai sistem perekonomian yang berbasiskan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syari ah yang bersumber dari al-Quran dan hadits serta dilengkapi dengan ijma dan qiyas melalui fiqh muamalah.

[2] Al-Qur'an Surat Al-Baqarah (2) : 275 *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* (Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia, 1982) ز69

Jual beli sesuai dengan syariat adalah yang terdapat kejujuran di dalamnya dan juga terpenuhinya syarat-syarat dan rukun jual beli itu sendiri. Syariat Islam mendorong manusia untuk berniaga dan menganjurkanya 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.

Dalam masalah jual beli, Islam telah memberikan aturan-aturan seperti yang telah diungkapkan oleh para ulama fiqih mengenai rukun dan syarat. Baik yang berkenaan pihak penjual dan pembeli, aqad, maupun objek akad atau barang yang diperjualbelikan. 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 diperjualbelikan. Menurut Al Muslih[3] ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk; 1) produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/ takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/ kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik, 2) produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal dan 3) dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan. Oleh karena itu praktek jual beli harus dikerjakan secara bertanggungjawab dan bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan.

[3] Al-Muslih, Abdullah & Shalah ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, (Jakarta : Daarul Haq, 2004), 331-386.

Konsep jual beli dalam Islam ialah jual beli yang membawa keuntungan dan manfaat pada pelakunya dan berdasarkan atas ketuhanan, etika, kemanusiaan dan keseimbangan. Dalam keuntungan perspektif pihak penjual adalah apa yang didapatkan berdasarkan kuantitas penjualan barang. Ada banyak cara yang dilakukan sebagai upaya mempengaruhi pembeli agar membeli barang yang dijualnya. Salah satunya ialah dengan melakukan promosi dalam sistem pemasarannya.

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/jasa tertentu secara lebih cepat/atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang.[4] 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 hingga 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

[4] Yuniati Asmaniah, "Bauran Promosi dalam Persepektif Islam" Skripsi Jurusan Al-Ahwal Syakhsiyah Fakultas Syari'ah (Malang, Universitas Islam Negeri Malang, 2007), 3

mengetahui harga umum barang tersebut yang dijual di pasaran sebelum diberlakukan potongan harga atau diskon. Hal ini disebut dengan istilah *reference price.*[5]

Dapat ditemukan bahwa pada kenyataannya harga barang yang didiskon seringkali tidak benar-benar dipotong seperti yang terjadi di kebanyakan supermarket bahwa 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 l00.000,- menjadi Rp.200.000,- sehingga bila harga ini didiscount 50% maka harganya tetaplah 100.000,-. 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.

Selain itu juga perlu diperhatikan mengenai objek akad yang dikenai sistem diskon. Seringkali yang terjadi adalah barang yang didiskon 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 penelitan yang dilakukan pada pertokoan yang berlokasi di di wilayah pasar Baru kota Palangkaraya. Karena pada wilayah tersebut, terdapat beberapa pertokoan yang senantiasa melakukan promosi dengan memberikan potongan harga atau diskon pada barang-barang yang dijualnya. Selain itu latar belakang pemilik toko adalah

[5] Darke dan chung dalam bukunya *Effects of Pricing and Promotion on Consumer Perceptions: It Depends on How You Frame It. Journal of Retailing* yang dikutip Ferdian, *Analisis Pengaruh Tingkat Diskon Terhadap Sikap dan Keingian Membeli.* Skripsi Sarjana (Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2008), 8

mayoritas Islam. Maka penting untuk diketahui apakah sistem diskon di toko-toko tersebut telah sesuai dengan prinsip syari'ah atau tidak.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana sistem diskon pada pertokoan pasar Baru kota Palangkaraya?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam mengenai sistem diskon pada pertokoan pasar Baru kota Palangkaraya?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian di antaranya:

1. Mengetahui sistem diskon pada pertokoan pasar Baru kota Palangkaraya
2. Mengetahui tinjauan hukum Islam mengenai sistem diskon pada pertokoan pasar Baru kota Palangkaraya

D. Manfaat Penelitian

Penelitian dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Mengenai Sistem Diskon (Studi Kasus di Pertokoan pasar Baru kota Palangkaraya) merupakan bentuk dari keingintahuan penulis mengenai perkembangan transaksi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat dan tidak lepas dari hukum yang mengikutnya.

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

a. Menambah khazanah keilmuan yang dapat berguna bagi pengembangan ilmu hukum Islam dalam bidang yang berkaitan dengan muamalah
b. Sebagai acuan untuk penelitian serupa dimasa yang akan datang serta dapat dikembangkan lebih lanjut demi mendapatkan hasil yang sesuai dengan perkembangan zaman.

2. Secara Praktis
   a. Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum Islam (SHI) pada Fakultas Syari' ah Universitas Islam Negeri Malang.
   b. Memberikan masukan pemikiran kepada pihak yang terkait langsung dengan objek penelitian maupun masyarakat luas dalam rangka memperbaiki sistem yang tidak sesuai dengan tata aturan yang ada dan menyikapi hal-hal tentang mu'amalah khususnya jual-beli yang tidak sesuai dengan hukum Islam.

E. Penelitian terdahulu

Agar tidak terjadi pengulangan pembahasan maupun pengulangan penelitian dan juga dapat melengkapi wacana yang berkaitan dengan penelitian maka diperlukan wacana atau pengetahuan tentang penelitian-penelitian sejenis yang telah diteliti sebelumnya. Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa orang peneliti yang mengangkat tema sama yakni mengenai diskon dan yang berkaitan dengan promosi diantaranya:

1. **Yuniati Asmaniah, 2007.** "Bauran Promosi dalam Persepektif Islam" Skripsi Jurusan *Al-Ahwal Al-Syakhsiyah* Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri

Malang. Dalam penelitian ini, Yuniati menekankan konsep bauran dalam persepektif Islam yang pada dasarnya bauran promosi harus dilakukan sesuai dengan etika keislaman yaitu menghindari perbuatan penipuan, mengingkari janji, menghindari iklan porno (ilusi ketidaksenonohan) serta publikasi yang menghalalkan segala cara. Islam menganjurkan agar berpromosi tidak berlebihan dalam menyampaikan informasi tentang produk yang dipromosikan, intinya produsen harus jujur dalam menyampaikan apapun tentang produknya.[6]

2. **Mariana, 2009.** "Hubungan Sikap Konsumen pada *Discount* dengan Minat Membeli Produk Fashion Pada Remaja Akhir (Studi pada Mahasiswa semester 1 UIN Malang tahun 2008/2009)" Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang. Berdasarkan analisa penelitian yang telah dilakukan, berkenaan dengan sistem *discount* didapatkan hasil sebagai berikut: 52,2% responden cenderung bersikap negatif dan 47,8% bersikap positif terhadap discount produk fashion. Untuk tingkat minat membeli, didapatkan 25,5% memiliki minat membeli tinggi, 65% responden sedang, 9,6% responden rendah. Hasil analisis korelasi menyatakan ada hubungan yang signifikan antara sikap (X) (R=0.378 dengan p=0.000) dengan minat (Y). Maka hipotesis (Ha) yang berbunyi "ada hubungan yang positif antara sikap pada diskon dengan minat membeli produk fashion pada konsumen remaja akhir

[6] Yuniati Asmaniah, *"Bauran Promosi dalam Persepektif Islam", Skripsi* (Malang: Universitas Islam Negeri Malang, 2007).

di UIN Malang. Semakin positif sikap konsumen pada discount maka semakin tinggi pula minat beli terhadap produk fashion tersebut.[7]

3. **Taufiqurrohman, 2007**. "Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu pada Perusahaan Sepatu House Of Mr. Pienk Malang" Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang. Hasil dari penelitian kuantitatif ini menunjukkan bahwa variabel periklanan (X1), penjualan perorangan (X2), promosi penjualan (X3), dan public reloation (X4), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Mr. Pienk Malang (Y) hal ini terbukti dengan perhitungan uji F diperoleh F hitung 28,888 > F tabel 2,557 dengan nilai p sebesar 0,000 ≤ 0,05. Selain itu nilai Adjusted R Square yang sebesar 0,618 yang berarti besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 61,8%. Dan uji t diketahui bahwa secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan. Sedangkan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepatu Mr. Pienk Malang adalah variabel penjualan perorangan (X2) yaitu sebesar 43,8%.[8]

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas, dapat diketahui bahwa kajian tentang jual beli dengan sistem diskon (studi kasus pertokoan Pasar Baru Palangkaraya ternyata belum pernah diteliti. Meskipun dalam satu tema yang sama yakni discount atau yang berkenaan dengan promosi tetapi objek penelitiannya

---

[7] Mariana, *"Hubungan Sikap Konsumen pada Discount dengan Minat Membeli Produk Fashion Pada Remaja Akhir (Studi pada Mahasiswa semester 1 UIN Malang tahun 2008/2009)" Skripsi* (Malang: Universitas Islam Negeri, 2009).

[8] Taufiqurrohman, *"Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu pada Perusahaan Sepatu House Of Mr. Pienk Malang" Skripsi* (Malang: Universitas Islam Negeri, 2007).

berbeda, yaitu di Pertokoan Pasar Besar Palangkaraya, juga substansinya penelitian ini pun berbeda

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan rangkaian urutan pembahasan dalam penulisan karya ilmiah. Sebagai upaya untuk menjaga keutuhan pembahasan ini agar terarah, maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I, berisi pendahuluan yang memuat gambaran umum tentang pola dasar penelitian dalam sebuah skripsi. Bab ini mencakup beberapa sub bab, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika pembahasan.

Bab II berisi kajian teori yang relevan dengan masalah yang telah diteliti. Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka yang menjelaskan mengenai konsep mengenai sistem diskon secara umum dan sistem diskon yang terdapat pada jual beli Islam

Bab III menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian. Pada bab ini diurakan mengenai lokasi penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan, teknik pengujian keabsahan data dan teknik analisa.

Bab IV menjelaskan tentang paparan dan analisis data yang terdiri dari deskripsi objek penelitian, paparan data yang membahas mengenai sistem diskon di pertokoan pasar Baru Palangkaraya, kemudian pada analisis data dijelaskan mengenai tinjauan hukum Islam mengenai sistem diskon di pertokoan pasar Baru Palangkaraya.

Bab V merupakan bagian penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Sistem Diskon

Dalam suatu transaksi perdagangan selalu melibatkan dua pihak yaitu pihak pembeli sebagai pihak penerima barang dan penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang. Sebelum transaksi terjadi, kedua belah pihak harus mencapai kesepakatan mengenai harga dari barang-barang yang diperjualbelikan beserta syarat-syarat lainnya, termasuk di dalamnya mengenai potongan harga pada barang yang akan dibeli. Potongan harga merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk menarik minat pembeli untuk melakukan transaksi pembelian dalam hal ini biasa disebut dengan strategi pemasaran promosi.

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. [9]

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.[10]

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. [11] 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." [12]

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

---

[9] Arif Isnaini, *Model dan Strategi Pemasaran* (Makassar: Ntp Press, 2005), 89
[10] *Ibid.*, 90.
[11] Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), 162
[12] Henry Simamora, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), 154

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*.[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.[14]

---

[13] Dessi Kusumawardani, *Meminimasi Total Biaya Persediaan Produk Sprite 295 Ml Dengan Mempertimbangkan Adanya All Unit Diskon*, Skripsi Sarjana (Yogyakarta: Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia, 2011), 13

[14] Darke dan chung dalam bukunya *Effects of Pricing and Promotion on Consumer Perceptions: It Depends on How You Frame It. Journal of Retailing* yang dikutip Ferdian, *Analisis Pengaruh Tingkat Diskon Terhadap Sikap dan Keingian Membeli.* Skripsi Sarjana (Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2008), 8

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 (%)[15]

2. Tujuan Sistem 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[16]

Tujuan diadakannya diskon atau potongan menurut Nitisemito yang dikutip oleh Arif Isnaini adalah:[17]

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.

[15] Redaksi Wahyu Media, *Super Referensi Rumus Fisika & Matematika SMP*(Jakarta: Penerbit Wahyu Media, 2008), 206
[16] Karande dan Kumar yang dikutip Ferdian C.S, *op., cit,* 7
[17] Arif Isnaini, *op. cit.,* 90

3. Macam-macam Diskon

Menurut Pilip Kotler dalam buku *Manajemen Pemasaran* ada beberapa macam bentuk dari diskon, yaitu:[18]

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 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

[18] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan,Implementasi, dan Kontrol* (Jakarta : PT. Prehallindo, 2005), 162

dapat diberikan atas dasar tidak kumulatif (berdasarkan tiap pesanan yang dilakukan) atau atas dasar kumulatif (berdasarkan jumlah unit yang dipesan untik 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 memdorong 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:[19]

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

Sedangkan menurut Djasmin Saladin ada beberapa alasan perusahaan memprakarsai pemotongan harga, yaitu :[20]

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

[19] Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2000), 132
[20]Djasmin Saladin, *Manajemen Pemasaran " Analisa, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian"* (Bandung : Linda Karya ,2003), 151

Menurut Anne Ahira, dalam penerapannya strategi diskon tidak dilakukan secara serampangan atau pada sembarang kondisi. Langkah atau kebijakan ini menyangkut beberapa kondisi, diantaranya:[21]

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 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.

---

[21] Anne Ahira, *"Menyorot Pengertian Diskon dan Strategi Bisnis",* http://www.anneahira.com/pengertian-diskon.htm, diakses 12 Februari 19.23 WIB

c. Persaingan Harga

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.

5. Contoh Perhitungan Sistem Diskon

Diskon dagang merupakan potongan dari daftar harga yang berlaku menjadi harga yang benar-benar dibebankan kepada pelanggan. Besarnya diskon yang diberikan dapat bervariasi menurut faktor-faktor tertentu seperti kuantitas barang yang dibeli. Diskon dagang sering kali ditetapkan dalam suatu seri.

Contoh: Suatu perusahaan menggambarkan daftar diskon dagangnya dalam suatu katalog sebagai berikut: [22]

Penjualan	Diskon	Jumlah faktur bersih
$5000	20%X5000=1000	5000-1000=4000
$4000	10%X4000=400	4000-400= 3600
$3600	5%X3600=180	3600-180 = 3420

Tabel 1. Contoh Sistem Diskon

[22] http://*repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/20970/.../Chapter%20II.pdf diakses 12 Februari 20.22 WIB*

B. Sistem 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).[23] Diskon juga disebut dengan istilah *khasm*. Diskon dalam jual beli Islam terdapat pada akad *muwâdla'ah atau Al-Wadlî'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.[24]

Menurut Samir, *Al-Wadlî'ah* adalah menjual barang dengan harga pertama dengan penguranan sesuatu yang telah diketahui.[25]

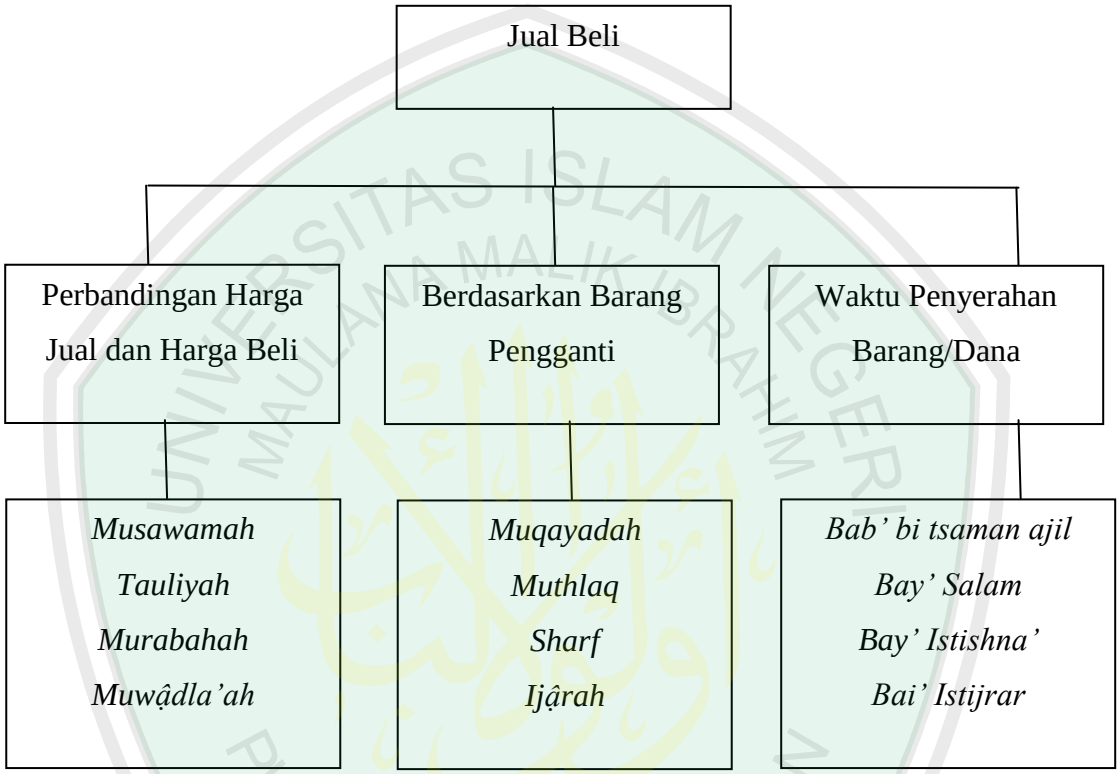
---

[23] Syabbul Bachri, *Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam*, Artikel Antalogi Kajian Islam vol. 15 No. 1(Surabaya:IAIN Sunan Ampel, 2010), 15

[24] Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta:Pustaka Alvabet, 2006), 27

[25] Samir Abdun Nur Jaballahu, *Dhawabitu Tsamani wa Tathbiqtuhu fi Aqdil Bay'* (Riyadh: Dar Kanzu Isybiliya Lilnasyri wa Tauzi', 2005), 203

Berikut merupakan skema akad jual beli yang di dalamnya terdapat akad *muwâdla'ah*:[26]



Sumber: *www. images.sujanu24.multiply.multiplycontent.com*

[26] Muamalah Institute *"Falsafah Aqad"* dalam *www. images.sujanu24.multiply.multiplycontent.com, diakses 15 Januari 2012 14.34 wib*

2. Rukun dan Syarat Bai' Al- *Muwâdla'ah*

Rukun dan syarat jual beli pada *bay' al-muwâdla'ah* sama seperti yang terdapat pada *bay' murabahah* dengan tambahan yang terdapat pada keumuman jual beli.[27] Rukun dan syarat tersebut diantaranya:

a. Pelaku

1). Ada penjual dan pembeli

2). Cakap hukum (berakal dan dapat membedakan). Allah SWT berfirman :

وَلَا تُؤْتُوا۟ ٱلسُّفَهَآءَ أَمْوَٰلَكُمُ ٱلَّتِى جَعَلَ ٱللَّهُ لَكُمْ قِيَٰمًا وَٱرْزُقُوهُمْ فِيهَا وَٱكْسُوهُمْ وَقُولُوا۟ لَهُمْ قَوْلًا مَّعْرُوفًا[28]

"Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik."

3). akad anak kecil dianggap sah, apabila seizin walinya

b. Obyek harus memenuhi:

1) Barang yang diperjualbelikan harus dapat diambil manfaatnya. Oleh sebab itu barang yang tidak bermanfaat seperti lalat, nyamuk dan sebagainya tidak sah diperjualbelikan

[27] Samir Abdun Nur Jaballahu, *op, cit.*, 203
[28] QS. An-Nisaa : 5

2) Barang dimiliki oleh penjual.

عَنْ رَسُوْلُ اللهِ صلّيَ اللهِ عَلَيْهِ وَسلّمُ أَنَّهُ قَالَ: لاَتبَعْ ماَ لَيْسَ عِنْدَ كَ. وَكَذلِكَ ماَ رَوَاهُ الاِمَام اَحْمَدُ وَ أَبوُ دَاوُد بِاَسنادِ صَحِيْحِ[29].

Rasullulah SAW bersabda : "Jangan menjual sesuatu yang tidak ada padamu."

Hadits ini masuk ke dalam makna: menjual benda yang belum ada seperti menjual burung yang terlepas dari sangkar, yang lazimnya tidak kembali ke sangkarnya. Jika dia biasa kembali pada malam hari, maka menurut jumhur ulama tidak sah juga, terkecuali lebah yang di pandang boleh.

3) Barang dapat diserahkan tanpa tergantung dengan kejadian tertentu di masa depan.

4) Barang dapat diketahui kuantitas dan kualitasnya dengan jelas. Nabi bersabda terkait dengan penjual dan pembeli,

فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا ، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا[30]

"*Jika penjual dan pembeli jujur dalam menceritakan kelebihan produknya dan menjelaskan apa adanya mengenai kekurangan produknya maka jual beli yang terjadi adalah jual beli yang diberkahi. Sebaliknya, jika keduanya berdusta ketika menyebutkan kelebihan produk yang ditawarkan dan menyembunyikan*

[29] HR. Ahmad dan Abu Dawud dengan sanand *shahih* , Shalih bin Al-Marzuqi, *Qirâ'rati Al-Majmu Al-Fikh Al-Islamiyah Bikakati Mukaramah* (Mekah: Islamic Book,tt),134

[30] HR. Bukhari dan Muslim dalam kitab Amir Ibn Taymiyah, *Majmu'at Al-fatawa* (Kairo: Dar Al-Wafa', 1998),44

kekurangan produknya maka jual beli yang terjadi adalah jual beli yang sudah dicabut keberkahannya."

c. Ijab-Kabul

1) Ijab kabul dapat dilakukan secara lisan atau tertulis.
2) Sikap rela satu sama lain antara penjual dan pembeli terhadap barang yang dijual dan harganya. Apabila dalam sistem jual beli ini terdapat unsur terpaksa (*ikrah*) atau ada unsur penipuan (*tadlis*) atau ada ketidaksesuaian (*gharar*) obyek akad maka jual beli menjadi tidak sah karena prinsip saling ridha/rela tidak terpenuhi.

3. Ketentuan Harga pada *Bay' Muwâdla'ah*

Dalam Kitab *Dlawâbithu al-tsamani wa tathbiqâtuhu fî aqdil Bay'* disebutkan bahwa wajib tertera harga awal pada barang yang akan didiskon. Dengan tujuan agar pengurangan harga dapat diketahui jumlahnya.

Mengenai harga awal dari barang yang akan dikenai diskon tidak boleh bertentangan dengan kondisi barang yang ada. Karena apabila bertentangan maka termasuk ke dalam kategori riba[31]

Rasulullah Saw. telah memperingatkan untuk menjajakan barang dagangan dengan memilah jenis barang berdasarkan kualitas dengan menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang. Tidak boleh ada kualitas dan harga barang yang ditutupi. Semuanya berdasarkan harga yang wajar sesuai dengan kualitas barang.

[31] Menurut Hanafi dikutip Samir Abdun Nur Jaballahu, *ibid.*, 203

Hadits Rasulullah mengenai larangan menjual/membeli barang yang tidak sesuai kadarnnya:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ , بَعَثَ أَخَا بَنِي عَدِيٍّ الأَنْصَارِيِّ وَاسْتَعْمَلَهُ عَلَى خَيْبَرَ فَقَدِمَ بِتَمْرٍ جَنِيبٍ , فَقَالَ لَهُ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : " أَكُلُّ تَمْرِ خَيْبَرَ هَكَذَا ؟ " . فَقَالَ : لا "لا وَاللَّهِ يَا رَسُولَ اللَّهِ ، إِنَّا لَنَشْتَرِي الصَّاعَ بِالصَّاعَيْنِ . فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ تَفْعَلُوا ، وَلَكِنْ مِثْلا بِمِثْلٍ ، أَوْ بِيعُوا هَذَا وَاشْتَرُوا هَذَا بِثَمَنِهِ ، وَكَذَلِكَ الْمِيزَانُ [32]

"Bahwa Rasulullah saw. mengutus saudara Banî 'Adi al-Anshâri sebagai wakil beliau di Khaibar. Kemudian ia datang membawa kurma janib (kurma bermutu baik). Rasulullah saw. bertanya kepadanya: Apakah semua kurma Khaibar seperti ini? Dia menjawab: Tidak, demi Allah, wahai Rasulullah, kami membeli satu sha` kurma ini dengan dua sha` kurma jelek. Rasulullah saw. bersabda: Janganlah kamu berbuat demikian. Tetapi tukarlah dengan yang sejenis, atau juallah ini (kurma yang jelek) lalu belilah kurma yang baik dengan uang penjualannya dan demikian juga dengan timbangan".

4. Hukum Diskon dan Transaksi yang Dilarang

Hukum jual beli diskon adalah diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti penipuan kepada konsumen, menimbulkan *mudharat* kepada orang lain, dan lain sebagainya.

[32] Hadis Riwayat Muslim terdapat pada kitab Muhammad ibn 'Abd al-Wâhid Ibn al-Humâm, 'Alî ibn Abî Bakr Marghînânî, Muhammad ibn Mahmûd Akmal al-Dîn al-Bâbartî, Sa'd Allâh ibn 'Îsá Sa'dî Chalabî, Ahmad Qâdî Zâdah, *Syarh Fathul Qadir*, volume 7(Kairo: Al-Manar, 1997), 27

Seperti yang terdapat pada dalil-dalil berikut ini:

a. Firman Allah QS. al-Nisa' [4]: 29

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

"Hai orang yang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela di antaramu…"

b. Hadits

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدِّمَشْقِيُّ حَدَّثَنَا مَرْوَا ُ ن بْنُ مُحَمَّدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحٍ الْمَدِينِيِّ عَنْ َأبِيهِ قَا َ ل سَمِعْتُ َأبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُو ُ ل قَا َ ل رَسُو ُ ل اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ[33] .

"Dari Daud bin Shalih Al-Madiniyyah, dari ayahnya berkata, saya mendengar Aba Said berkata: Rasulullah saw bersabda: sesungguhnya jual beli itu didasarkan suka sama suka ".

c. Kaidah fiqh:

الأَصْلُ فِي الإِبَاحَةُ إِلاَّ أَنْ يَدُلَّ دَلِيْلٌ عَلَى تَحْرِيْمِهَا الْمُعَامَلَةِ

"Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya."

[33] Abdillah Abi, *Sunan Ibnu Majah*, juz-1, (Beirut:Dâr al-Fikr,tt)

Oleh karena itu sistem diskon harus terlepas dari beberapa faktor yang diharamkan sebagai berikut:

a. 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 *muwâdla'ah*, secara otomatis transaksi ini menjadi haram. Nabi shallallahu alaihi wasallam bersabda:

إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخِنْزِيرِ وَالأَصْنَامِ[34]

"Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli khamer, bangkai, babi dan patung".

b. Haram selain Dzatnya

Transaksi dianggap terlarang meski objeknya tidak haram dikarenakan melanggar prinsip *"An Taradin Minkum"* dan prinsip "*La Tazhlimuna wa la Tuzhlamuna"*.[35] Praktik-praktik yang melanggar prinsip tersebut diantaranya:

1). *Tadlis*

Tadlis adalah transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak (*unknown to one party*). Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak, mereka harus mempunyai

[34] Hadits Riwayat Bukhar dan Muslim, dalam kitab Muslim ibn al-Ḥajjâj al-Qushayrî, Nawawî, Khalîl Ma'mûn Shîhâ, *Shahih Muslim Volume 11-12* (Beirut: Dar Al-Ma'rifah, 1994), 125

[35]Muhammad Hafiz, *"Identifikasi Transaksi Terlarang,"* http://belajar-ekonomi islam.blogspot.com/2011/03/identifikasi-transaksi-terlarang.html, diakses 15 Januari 18.30 wib

informasi yang sama *(complete information*) sehingga tidak ada pihak yang merasa ditipu/dicurangi karena ada sesuatu yang *unknown to one party*"

Ada 4 (empat) hal dalam transaksi *tadlis*, yaitu :

a) Kuantitas, mengurangi takaran
b) Kualitas, menyembunyikan kecacatan barang
c) Harga, memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar
d) Waktu, menyanggupi *delivery time* yang disadari tidak akan sanggup memenuhinya

Dalam keempat bentuk *tadlis* tadi, semuanya bersifat melanggar prinsip rela sama rela (*'an taradlin minkum*). Keadaan rela sama rela yang dicapai bersifat sementara yakni sementara pihak yang ditipu belum sadar. Disaat yang ditipu telah sadar bahwa dirinya tertipu, maka ia pasti tidak merasa rela.[36]

2). *Najasy*

An-Najasy dalam pengertian etimologis bermakna: *al-Itsârah*, yaitu menggerakkan. Yang diambil dari kata: *najasytu ash-shaida idzâ atsartuhu* (aku menghalau hewan buruan apabila aku menggerakkan/mengejutkannya). Sedang dalam pengertian terminologis adalah: (ketika) seseorang menambah harga pada suatu barang, namun ia tidak membutuhkan barang tersebut dan tidak ingin

[36] Muhammad Hafiz, *"Tadlis (penipuan)"* , http://belajar-ekonomi-islam.blogspot.com/2011/03/tadlis-penipuan.html, diakses 15 Januari 19.32 wib

membelinya; ia hanya ingin harganya bertambah, dan akan menguntungkan pemilik barang.[37]

Al-Baghawi berkata *najasy* adalah seorang laki-laki melihat ada barang yang hendak dijual. Lalu ia datang menawar barang tersebut dengan tawaran yang tinggi sementara ia sendiri tidak berniat membelinya, namun semata-mata bertujuan mendorong para pembeli untuk membelinya dengan harga yang lebih tinggi.[38]

Dalam Hadits disebutkan:

عَنْ نَافِعٍ عَنِ ابْنِ عُمَرَ رضى الله عنهما قَالَ نَهَى النَّبِيُّ صلى الله عليه وسلم عَنِ النَّجْشِ[39]

Dari Nafi dari Ibnu Umar, "Nabi melarang jual beli najasy

Salah satu bentuk dari *najasy* adalah: Iklan dengan menggunakan media visual, audio, atau pun cetak, yang di dalamnya disebutkan kelebihan-kelebihan barang yang dipromosikan, padahal kelebihan-kelebihan tersebut itu tidak sesuai dengan realita sesungguhnya. Demikian juga, meninggikan harga barang untuk menunjukkan bahwa barang tersebut "berkelas" padahal tidak demikian realitanya, dengan harapan agar pembeli mau mengadakan transaksi.[40]

---

[37] Masdam "Jual Beli najasy, " http://training.umy.ac.id/pluginfile.php/.../Jual%20Beli%20Najasy.doc *diakses 13 Februari 2012 12.33 WIB*

[38] Dalam kitab *Syarhus Sunnah* [VTII/120-121]

[39] H.R. Bukhari, no. 2035 dan Muslim, no. 3893 terdapat pada kitab Muhammad ibn ʻAbd al-Wậhid Ibn al-Humậm, ʻAlî ibn Abî Bakr Marghînậnî, Muhammad ibn Mahmûd Akmal al-Dîn al-Bậbartî, Saʻd Allậh ibn ʻÎsá Saʻdî Chalabî, Ahmad Qậdî Zậdah, *Syarh Fathul Qadir*, volume 6 (Kairo: Al-Manar, 1997), 46

[40] Penjelasan *Taudhih Al-Ahkam*, juz 4, hlm. 360

3). *Gharar*

Gharar secara bahasa berarti *khatar* (resiko, berbahaya), dan *taghrir* berarti melibatkan diri dalam sesuatu yang *gharar*. Dikatakan *gharrarâ binafsihi wa mâlihi taghrirận* berarti *'aradahumâ lilhalaqah min ghairi 'an ya'rif* (jika seseorang melibatkan diri dan hartanya dalam wilayah *gharar* maka itu berarti keduanya telah dihadapkan kepada suatu kebinasaan yang tidak diketahui olehnya).

Gharar mencakup dua bentuk. Pertama, keragu-raguan dan kebimbangan, yakni keragu-raguan dan kebimbangan antara keberadaan dan keberhasilan objek jual beli dengan ketiadaannya. Kedua, ketidaktahuan, yakni sesuatu yang tidak diketahui sifat, ukuran, dan lain-lainnya. *Gharar* dikategorikan dan dibatasi terhadap sesuatu yang tidak dapat diketahui antara tercapai dan tidaknya suatu tujuan, dan tidak termasuk di dalamnya hal yang *majhul* (tidak diketahui). Seperti definisi yang dipaparkan oleh Ibn Abidin yaitu, "*gharar* adalah keraguan atas wujud fisik dari obyek transaksi".[41]

Dalam sistem jual beli *gharar* ini terdapat unsur memakan harta orang lain dengan cara batil. Padahal Allah melarang memakan harta orang lain dengan cara batil sebagaimana tersebut dalam firmanNya.

وَلَا تَأْكُلُوٓا۟ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ وَتُدْلُوا۟ بِهَآ إِلَى ٱلْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا۟ فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَٰلِ ٱلنَّاسِ بِٱلْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

"Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu

[41] *Ibid.,*

kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui." (Qs. Al-Baqarah: 188)

Contoh bentuk transaksi *gharar* diantaranya:

- Dari segi ketidakjelasan objek :

  Fisik barang tidak jelas, misalnya, penjual berkata: "Aku menjual kepadamu barang yang ada di dalam kotak ini dengan harga Rp. 100.000,-" dan pembeli tidak mengetahui fisik barang yang berada di dalam kotak tersebut.

- Ketidakjelasan harga

  Penjual tidak menentukan harga, misalnya, penjual berkata: "Aku jual mobil ini kepadamu dengan harga sesukamu." Lalu mereka berpisah dan harga belum ditetapkan oleh kedua belah pihak.

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas beberapa hal mengenai metode penelitian diantaranya sebagai berikut:

A. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada beberapa toko di pasar Baru kota Palangkaraya. Toko-toko tersebut adalah toko Any, toko Setiawan, dan toko Yanie. Adapun maksud memilih lokasi tersebut karena peneliti menemukan toko yang relevan dengan tujuan penelitian yaitu terdapatnya jual beli dengan sistem diskon. Selain itu latar belakang keagamaan para pemilik toko yang mayoritas Islam, maka penting untuk mengetahui

apakah sistem diskon yang berlaku pada toko-toko tersebut telah sesuai syari'ah atau tidak.

B. Jenis penelitian

Dilihat dari segi tempat pelaksanaannya, penelitian ini masuk dalam penelitian *field research* (penelitian lapangan). Dikarenakan penelitian ini menitikberatkan pada hasil pengumpulan data dari informan yang telah ditentukan.

Jika ditinjau dari tujuan penelitian hukumnya, penelitian ini merupakan penelitian hukum sosiologis atau empris. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melakukan identifikasi hukum praktek jual-beli dengan sistem diskon pada pertokoan pasar Baru Palangkaraya

Sementara dari segi sifatnya penelitian ini bersifat deskriptif analisis. Dalam penelitian ini, peneliti menggambarkan dan memaparkan data yang ada dan menganalisanya secara sistematis. Data berupa tulisan terkait sistem diskon akan dikupas dan dianalisis secara sistematis menggunakan tinjauan hukum Islam.

C. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks yang alamiah dan

dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.[42] Peneliti dalam penelitian ini akan mengumpulkan data-data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka yang nantinya hasil laporan penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data yang berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dan dokumen penting sebagai gambaran dari penyajian laporan.

D. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini didefinisikan sebagai sumber dari mana data dapat diperoleh. Mengenai sumber data penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau orang yang dwawancarai. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual dan kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan dan hasil penguji.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dengan menggunakan metode wawancara atau interview yang dilakukan dengan Dinas Pasar Palangkaraya dan pemilik pertokoan pasar Baru Palangkaraya, diantaranya sebagai berikut:

a. Emi Abriyani, SE Msi
b. Ibu Prapto
c. Ibu Akik
d. Atin

[42] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2005), 6.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri oleh peneliti. Data sekunder ini meliputi dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, buku harian, dan lainnya.

Data sekunder ini membantu peneliti untuk mendapatkan bukti maupun bahan yang akan diteliti, sehingga peneliti dapat memecahkan atau menyelesaikan suatu penelitian dengan baik karena didukung dari buku-buku baik yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena berkaitan dengan tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data dan keterangan yang diperlukan dalam melakukan penelitian. Untuk mendapatkan data-data yang faktual maka peneliti menggunakan metode:

1. Metode Observasi

Observasi merupakan cara mengumpulkan data yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian yang pelaksanaannya langsung pada tempat dimana suatu peristiwa, keadaan atau situasi sedang terjadi.[43] Metode ini digunakan untuk menghindari kesalahan data yang mungkin terjadi yang kemudian diambil kesimpulan dari tempat, situasi, dan aktivitas di pertokoan pasar Baru Palangkaraya.

[43] *Ibid.*, 94

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah usaha untuk mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab dengan lisan pula.[44] Metode ini digunakan untuk mengumpulkan informasi langsung dari subjek penelitian, yaitu penjual yang bersangkutan secara langsung.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen maupun buku-buku, koran, majalah, dan lain-lain.

F. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kriteria derajat kepercayaan dimana teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan pada perbandingan informasi dari karyawan lain dan perbandingan harga barang sejenis pada toko lain

G. Teknik Analisis Data

Data merupakan hal-hal dengan apa kita berpikir, mereka merupakan bahan mentah (*raw material*) refleksi, sampai melalui perbandingan, kombinasi, dan evaluasi, mereka ditarik ke arah tingkat lebih tinggi dalam bidang generasi, dimana

[44] *Ibid*

kembali lagi mereka digunakan sebagai bahan mentah guna pemikiran selanjutnya yang lebih tinggi (*higher thingking*) analisis data yaitu sejumlah data terkumpul, data tersebut diklasifikasikan yang kemudian dianalisis. Adapun data yang peneliti kumpulkan yaitu data kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk verbal bukan dalam bentuk angka.[14]

Untuk menghindari agar tidak terjadi kesalahan dan mempermudah pemahaman, maka peneliti melakukan beberapa upaya di antaranya adalah:

1. Edit *(Editing)*

Pemeriksaan ulang, dengan tujuan data yang dihasilkan berkualitas baik. Dalam hal ini peneliti membaca dan memeriksa ulang data atau keterangan yang telah dikumpulkan melalui buku-buku dan data lapangan yang berkaitan dengan rumusan masalah.

2. Klasifikasi *(Classifying)*

Pengelompokan, dimana data hasil wawancara diklasifikasikan berdasarkan kategori tertentu, yaitu berdasarkan pertanyaan dalam rumusan masalah, sehingga data yang diperoleh benar-benar memuat informasi yang dibutuhkan dalam penelitian

3. Verifikasi *(Verifying)*

Menelaah secara mendalam, data, dan informasi yang diperoleh dari lapangan agar validitasnya terjamin. Verifikasi sebagai langkah lanjutan, peneliti memeriksa kembali data yang diperoleh, misalnya dengan kecukupan referensi, triangulasi (pemeriksaan melalui sumber data lain), dan teman sejawat.

[14]Nong Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* (Yogyakarta : Roke Sarasih, 1989),. 21.

4. Analisis *(Analyzing)*

Menganalisa data mentah yang berasal dari informan untuk dipaparkan kembali dengan kata-kata yang mudah dicerna serta dipahami. Adapun metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu penelitian yang berupaya menghimpun data dan informasi yang telah ada atau telah terjadi di lapangan. Dalam hal ini, peneliti menggambarkan secara jelas tentang praktek jual-beli dengan sistem diskon di pertokoan pasar Baru Palangkaraya kemudian dianalisis dengan menggunakan konsep jual-beli dalam Islam.

5. Konklusi *(Concluding)*

Pada tahap yang kelima ini peneliti menarik beberapa poin untuk menemukan jawaban atas pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah, berupa kesimpulan-kesimpulan tentang penelitian yang telah dilakukan.

BAB IV

PAPARAN DAN ANALISA DATA

A. Deskripsi Objek Penelitian

Berhubungan dengan data-data yang harus dicari sesuai dengan fokus penelitian yang ditentukan, maka penentuan obyek penelitian merupakan hal yang penting . Lokasi penelitian juga menentukan apakah data bisa diambil dan memenuhi syarat berkenaan dengan karakter data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, peneliti melakukan penelitian di pertokoan pasar Baru Palangkaraya. Pemilihan lokasi penelitian ini dengan maksud menemukan toko yang relevan dengan tujuan penelitian dan mendapatkan data yang valid. Karena

penelitian kualitatif lebih condong pada ketajaman peneliti itu sendiri untuk mencari celah dan menjadikan sebuah kesimpulan yang berarti dan menjadi penemuan dan pengetahuan baru.

Penelitian ini dilakukan di pasar Besar Palangkaraya tepatnya wilayah Pasar Baru Palangkaraya. Pasar Besar Palangkaraya merupakan salah satu pasar terbesar yang berada di wilayah kota Palangkaraya tersebar di area jalan Sumatera, Jalan Jawa Jalan Lombok dan Jalan Halmahera. Pasar yang dikelola oleh Bapak H Muchram M dibawah pengawasan Dinas Pasar Kota Palangkaraya ini memiliki beberapa bagian anak-anak pasar. Bagian-bagian pasar Besar Palangkaraya diantaranya: Pasar Subuh, Tampung Untung, Bukit Jaya, Pasar Baru A, Pasar Baru B, Pasar Lombok, Pasar Payang Sari, dan Blok Mini Pasar Besar. Diantara pasar-pasar tersebut, semuanya dikelola oleh swasta atau milik perorangan kecuali Blok Mini Pasar Besar yang dikelola oleh Pemerintah Kota Palangkaraya.[45]

Pasar Baru Palangkaraya dibangun pada tahun 1980 yang dikelola oleh Bapak H. Mas'ud dan Sarif Rosadi. Pasar Baru Palangkaraya terletak di kawasan Pasar Besar Jalan Sumetera-Jawa-Halmahera dengan luas 14.525 m^2.[46]

[45] Data Dinas Pasar dan Kebersihan Kota Palangkaraya
[46] *Ibid.*,

Menurut hasil observasi yang telah dilakukan serta mengacu pada data dari Dinas Pasar Palangkaraya maka dapat dilihat data yang terdapat pada Pasar Baru palangkaraya pada tabel berikut:

Blok Pasar Baru	
Berfungsi	Tidak Berfungsi
195	5

Sumber: Data Dinas Pasar Palangkaraya

Dapat dilihat bahwa Pasar Baru yang terdiri dari Pasar Baru A dan Pasar Baru B memiliki jumlah blok sebanyak 200 buah. Jumlah pedagang sebanyak 195 orang, dimana terdapat 195 blok yang berfungsi dan 5 blok yang tidak berfungsi. Blok blok tersebut terdiri dari textil, alat-alat listrik, bahan bangunan, kue, buah-buahan, perabot rumah, sembako, daging, rombengan, besi, ayam, sayur dan lain sebagainya.[47]

Diantara toko-toko di Pasar Baru, terdapat tiga toko yang menjadi objek dalam penelitian ini, antara Toko Setiawan, Toko Any, dan Toko Yanie.

a. Toko Setiawan.

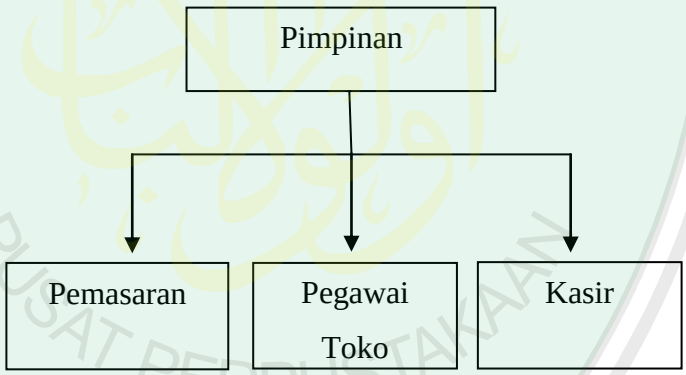
Pemiliki Toko Setiawan adalah Ibu Atin. Toko ini dibangun pada tahun 2000 oleh Ibu Atin yang pada mulanya menyediakan segala jenis perlengkapan bayi. tetapi kemudian berkembang menjadi aneka jenis kain dan pakaian karena dirasa lebih

[47] *Ibid,.*

memiliki peluang untuk menarik konsumen. Hingga kini, Toko Setiwan terus bergerak dalam bidang tekstil dan pakaian. Sebagian besar pakaian yang dijual adalah seragam kantor dan juga seragam sekolah.

Visi Toko Setiawan adalah memberi kepuasan kepada pelanggan. Dan misi Toko Setiawan ini adalah melestarikan kekhasan dari Indonesia dengan menjual beraga jenis kain batik dan untuk memenuhi barbagai jenis kebutuhan masyarakat dalam hal kebutuhan sandang.

Toko Setiawan berlokasi di Pasar Baru B tepatnya Jalan Halmahera dengan luas sekitar 15 m^2. Ibu Atin menjaga tokonya bersama 4 orang karyawan yakni Kartika, Ajay, Leny, dan Fitri.[48] Berikut struktur organisasi pada toko Setawan:



Sumber: Data Toko Setiawan

b. Toko Any

Toko Any berdri sejak tahun 1990 yang merupakan perkembangan dari usaha Bapak dan Ibu Prapto yang cukup lama dan mampu bersaing dengan toko - toko lainya. Hingga saat ini usaha dagangnya semakin meluas pasaran penjualannya bukan hanya sebagai penjual yang langsung kepada konsumen saja tetapi juga sebagai

[48] Atin, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari, 2012)

distributor. Barang yang dijual berupa segala jenis pakaian untuk anak-anak sampai orang dewasa seperti kaos, kemeja, gaun, rok, celana, dan berbagai jenis pakaian lainnya. Toko Any memiliki dua buah distributor pakaian tetap yang terdapat di kawasan Tjilik Riwut..

Visi dari toko Any ini adalah menjadikan toko pakaian dengan kualitas yang terbaik di mata pelanggan. Adapun misi dari Toko Any yaitu sedapat mungkin memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas.

Toko Any Berlokasi di Pasar Baru B Toko Any memiliki 8 orang pegawai yaitu Yustina, Lucky, dan Ais, Laziyah, Haris, Abdul Wahab, Saktila, dan Yusi.[49] Berikut merupakan struktur organisasi dari Toko Any:

Sumber: Data Toko Any

c. Toko Yanie

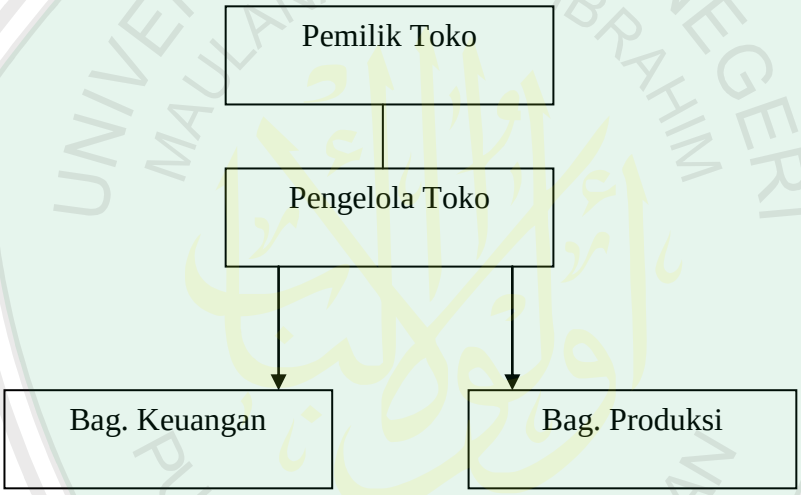
Toko Yenie merupakan usaha penyediaan kebutuhan berbagai macam busana dan aksesoris. Toko yang dirintis oleh Ibu Akik ini mulai berdiri pada tahun 1998.

[49] Prapto, Wawancara (Pasar Baru, 14 Februari, 2012)

Lokasi Toko Yanie terletak d Pasar Baru B no 3 yang dibangun datas lahan seluas 18 $m^{2.}$ Barang yang djual adalah berupa pakaian, tas dan aksesoris-aksesoris wanita.

Visi dari Toko Yenie adalah menjadi toko busana dan aksesoris wanita yang terlengkap di Indonesia. Kemudian misinya adalah menjalankan kegiatan jual beli dengan pelayanan yang terbaik.

Ibu Akik mempunyai lima orang pegawai yakni Zainal, Tatik, Muksin, Rasima dan Idah. Berikut Struktur organisasi dari toko Yenie:[50]



Sumber: Data Toko Yenie

Tiga toko yang menjadi objek penelitian sebagaimana tersebut di atas terdapat 22 orang yang memiliki agama berbeda-beda, yaitu 19 orang beragama Islam dan 3 orang beragama Kristen Protestan. Jadi agama Islam mendominasi tiga wilayah objek penelitian ini. Dengan adanya dominasi agama Islam tersebut, maka sedikit banyak akan mempengaruhi sistem atau aturan yang ada di dalamnya.

[50] Akik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012),

B. Paparan Data

1. Praktek Jual-Beli dengan Sistem Diskon di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya

Data penelitian ini terdiri dari data observasi, dokumentasi dan wawancara yang merupakan data penunjang dalam penelitian ini. Untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian, peneliti memilih informan yang berkaitan langsung dengan transaksi menggunakan sistem diskon yaitu pemilik toko dan karyawan.

Sistem diskon merupakan salah satu media promosi yang seringkali dilakukan oleh para pedagang. Sistem yang dilakukan oleh beberapa toko di pasar Baru ini dilakukan agar barang yang diperjualbelikan menarik minat pembeli dengan cara mengurangi harga asli yang pengurangannya ditentukan dalam prosentase. Beberapa ketentuan diskon yang didapat peneliti dari hasil wawancara diantaranya:

Bu Atin dari toko Setiawan mengatakan:

> *"Diskon yang kami berikan kalau ada yang menukar banyak. Jadi kami bari diskon mun nukarnya ngitu banyak.".*[51]

Bu Prapto pemilik toko Any mengatakan:

> *"Kami bari diskon amun nukar umpamanya 30 bigi labih. Biasanya ada yang memborong sampai diatas 3 juta, kami potong harganya tu nah. Biasanya pelanggan-pelanggan nukar gasan buhannya jual lagi. Selain itu jua ada beberapa barang yang acak kami bari diskon sekedar hagan prumusi"*[52]

---

[51] Atin, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari, 2012), Terjemahan: *Diskon yang kami berikan kalau ada yang membeli banyak. Jadi kami beri diskon kalau membeli banyak.*

[52] Prapto, Wawancara (Pasar Baru, 14 Februari, 2012), Terjemahan: *Kami beri diskon kalau beli misalnya 30 biji lebih. Biasanya ada yang memborong sampai di atas 3 juta, kami potong harganya itu. Biasanya pelanggan-pelanggan beli untuk mereka jual lagi. Selain itu juga ada beberapa barang yang acak kami beri diskon sekedar untuk promosi.*

Kemudian terdapat juga ketentuan yang diberlakukan pada toko Yanie, Bu Akik mengatakan:

> *"Kami diskon kadang tiap hari kadang amun saat-saat tertentu, misalnya pas lagi rami hari raya, atau natalan kami beri diskon belanja dan jua kami mendiskon barang, barang disini kaya baju-baju melihat stok barang, amun masih banyak tapi kada terlalu payu, maka kami bari diskon, barang-barang yang didiskon masih bagus-bagus aja, bukan barang-barang yang sudah kada baik kayak di toko-toko biasanya, kalau barang-barang yang sudah jelek disini jarang ada, soalnya sudah laku bedehulu, paling barang yang sudah jelek kada lebih dari sepuluh, kami jua membari diskon gasan mengenalakan produk disini"*[53]

Ketentuan diskon yang diberlakukan pada toko Setiawan yaitu saat dimana pembelian dilakukan dalam jumlah besar atau biasa disebut grosiran/partai. Jadi harga barang berbeda tergantung banyaknya jumlah yang dibeli. Ketentuan semacam ini sama seperti yang dilakukan pada toko Any. Sedangakan ketentuan diskon pada toko Yanie lebih sering diadakan pada saat-saat tertentu seperti lebaran dan natal. Toko Any dan Yanie juga mengadakan diskon setiap harinya dengan tujuan sebagai media promosi memperkenalkan produk yang ada di toko.

Dengan memberikan diskon pada produk produk mereka, para pemilik toko memiliki beberapa tujuan terkait target penjualan diantaranya yang disebutkan oleh Bu Akik pemilik Toko Yanie:

> *Dengan membari diskon ya bisa mengurangi stok yang sudah lawas, jadi bisa meningkatkan polume. Misalnya lah, kami membarikan baju-baju*

---

[53] Akik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012), Terjemahan: *Kami diskon terkadang setiap hari terkadang kalau saat-saat tertentu , misalnya pas lagi ramai hari raya, atau natalan kami beri diskon belanja dan juga kami mendiskon barang, barang disini seperti baju-baju tu melihat stok barang, kalau masih banyak tapi tidak terlalu laku, maka kami beri diskon, barang-barang yang didiskon masih bagus-bagus saja, bukan barang-barang yang sudah jelek kayak di toko-toko biasanya, kalau barang-barang yang sudah jelek disini jarang ada, soalnya sudah laku duluan, paling barang yang sudah jelek tidak lebih dari sepuluh kami juga memberi diskon untuk mengenalkan produk disini.*

harganya diskon, jadi baju-baju stok lawas yang modenya sudah handak beganti wan model hanyar bisa lakas payu. Karena kalo lawas kada payu-payu bisa kada payu gara-gara model hanyar datangan. Dan jua tujuan kami untuk promosi mengenalakan produk-produk kami. Amun diskon pasti nang handak nukar nukar tertarik bisa mendapatkan karena harganya temurah dari biasanya,dan jua kena pasti akan terseber ke pembeli nang lain, mun disini ada barang yang diskon.[54]

Toko Setiawan menyebutkan tujuan mereka memberikan diskon adalah:

Membari diskon tu biar urang terus menerus nukar disini, lakas payu dagangan .[55]

Kemudian tujuan diskon pada toko Any seperti yang dikatakan Bu Prapto yaitu:

"Kami mendiskon untuk meningkatkan ngarannya omset penjualan selain itu jua agar nang nukari tambah banyak kemudian jua supaya orang-orang mau tertarik nukari barang nang jumlah banyak karena ada harga diskon ini"[56]

Salah satu faktor yang menjadi keberhasilan penjualan produk adalah besarnya tingkat kebutuhan konsumen akan produk tersebut. Sehingga kualitas dan kriteria produk sangat berkaitan dengan minat konsumen. Terdapat beberapa keterangan mengenai produk yang dikenai diskon diantaranya yang disebutkan Bu Prapto toko Any:

---

[54] Akik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012), Terjemahan: *Dengan memberikan diskon ya bisa mengurangi stok yang sudah lama, sehingga bisa meningkatkan volume. Misalnya ya, kami memberikan baju-baju dengan harga diskon, sehingga baju-baju stok lama yang modenya mau tergantikan dengan model baru bisa cepat laku. Karena kalo lama lama tidak laku bisa tidak laku gara-gara model baru berdatangan. Dan juga tujuan kami untuk promosi mengenalkan produk-produk kami. Kalau diskon pasti yang mau beli-beli tertarik bisa mendapatkan karena harga lebih murah dari biasanya,dan juga nanti pasti akan terseber ke pembeli yang lainnya, kalau disini ada barang yang diskon.*

[55] Atin, Wawancara (Pasar Baru, 12 Februari 2012), Terjemahan: *Memberi diskon itu biar orang terus menerus beli disini, cepat laku dagangan*.

[56] Prapto, Wawancara (Pasar Baru, 14 Februari 2012), Terjemahan: *Kami mendiskon untuk meningkatkan namanya omset penjualan selain itu juga agar yang membeli banyak kemudian juga agar orang-orang mau tertarik membeli yang jumlah banyak karena ada harga diskon ini.*

> *"Semua produk kami bari diskon, baik produk hanyar maupun produk stok lawas yang biasanya kami bari diskon, ya karena ngitu.. Biar stok lawas digundang capat habis yang kena akan tergantikan stok hanyar. Selain ngitu jua agar pelanggan betambah. Karena kualitas barang yang kami diskon sama nangkaya barang-barang di toko lain yang kada didiskon, maka kami yakin yang nukar nukar akan datang lagi kena kena."*[57]

Kemudian mengenai kualitas barang stok lama dijelaskan oleh ibu Prapto sebagai berikut:

> *"iya ada beberapa barang stok lawas tapi kami melihat-lihat jua amun kada baik barangnya nyata kada usah dijual, ngarannya membunguli nang nukar ya kalo. Barang yang bagus bagus ja yang kami jual tu."*[58]

Sementara Bu Atin dari toko Setiawan menyebutkan :

> *"Semua produk kami bari potongan barang-barang kaya pakaian atau kain kalau yang nukar banyak , maka harganya kada sama wan harga eceran, karena kami jua distributor dan kualitas barangnya tentu bagus"*[59]

Kemudan kriteria produk yang terdapat pada toko Yanie seperti yang dijelaskan pegawainya Tatik sebagai berikut:

> *"Ada beberapa barang yang banyak produksinya, ada jua barang yang lagi rami, jadi kami coba handak menarik minat pembeli dengan diskon ini, dan juga ada beberapa barang yang lawas"*[60]

---

[57] Prapto, Wawancara (Pasar Baru, 14 Februari 2012), Terjemahan: *Semua produk kami beri diskon, baik produk baru maupun produk stok lama yang biasanya kami beri diskon, ya karena itu biar stok lama digundang cepat habis nanti akan tergantikan stok baru. Selain itu juga agar pelanggan bertambah. Karena kualitas barang yang kami diskon sama seperti barang-barang di toko lain yang tidak didiskon, maka kami yakin para pembeli akan datang lagi nantinya,*

[58] Prapto, Wawancara (Pasar Baru, 14 Februari 2012), Terjemahan: *iya ada beberapa barak stok lama tapi kami melhat-lihat juga kalau tidak bagus barangnya pasti tidak usah dijual, namanya membodohi yang beli ya kan. Barang yang bagus bagus saja yang kamu jual.*

[59] Atin, Wawancara (Pasar Baru, 12 Februari 2012), Terjemahan: *Semua produk kami beri potongan barang-barang seperti pakaian atau kain kalau yang beli banyak, maka harganya tidak sama dengan harga eceran, karena kami juga distributor dan kualitas barangnya tentu bagus*.

[60] Tatik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012), Terjemahan: *Ada beberapa barang yang cukup banyak produksinya, ada juga barang yang sedang ramai, jadi kami mencoba ingin menarik minat pembeli dengan diskon ini, dan juga ada beberapa barang yang lama.*

Mengenai kualitas barang yang dikenai diskon bu Akik menjelaskan sebagai berikut:

> *"Barang barang lawas lawas tu kami diskon harganya murah-murah pang, harga murah jadi kualitasnya ya sebanding harga, jadi wajar ja barang-barang yang sudah kada tapi baik lagi kami diskon, kami kan ngalih kada kawa meneliti satu satu cacat kah kada kah, kan pembeli kawa melihat ja kaya apa yang dihandaki sebelum buhannya nukaran, karena barangnyakan kami andak di wadah ganal, jadi buhannya memilih ja. amun cacat ya pasti kada jadi buhannya nukar, amun ada yang nukar mungkin kena dibaiki sorang.hehe.."*[61]

Sementara sistem pemberian diskon dan besarnya diskon yang dberikan seperti hasil wawancara pada toko Any oleh Prapto berikut:

> *"Sistem diskon yang disini ada beberapa tingkatan. Kaya diskon nang 20% sampai ada jua nang 70%. Kenapa kami membari diskon barang, karena kami handak membariakan pelayanan yang tebagus gasan pelanggan setia yang sudah hakun dating dan nukar kesini. Sistemnya potongan harganya ya murni potongan harga, kededa yang dinaik-naikkan bedehulu. Baju harga 150.000 yang didiskon 20% ya aslinya memang 150000 ngitu harganya. Ada dua sistem diskon kami di sini, diskon gasan pembeli grosir, jua pembeli eceran. Kalau pembeli eceran harga diskon sudah tertera bedehulu di keterangan harga, nah kalu untuk pembeli grosir ada ketentuannya seperti di brosur promosi kami nangkaya jilbab nukarnya 30 bigi kami potong harga 30 %"*[62]

---

[61] Tatik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012), Terjemahan: *Barang barang lama lama itu kami diskon murah-murah, harga murah jadi kualitasnya ya sebanding harga, jadi wajar saja barang yang sudah tidak terlalu bagus lagi kami diskon, kami kan susah tidak bisa meneliti satu satu cacat atau tidak, kan pembeli bisa melihat saja seperti apa yang dikehendaki sebelum mereka membeli, karena barangnya kami letakkan di tempat besar, jadi mereka memilih ja. Kalau cacat ya pasti tidak jadi mereka beli, kalau ada yang beli mungkin nanti diperbaiki sendiri, hehe.."*

[62] Prapto, Wawancara (Pasar Baru, 14 Februari 2012), Terjemahan: *Sistem diskon yang disini ada beberapa tingkatan. Seperti diskon yang 20% sampai ada juga yang 70%. Kenapa kami memberi diskon pada barang, karena kami ingin memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan setia yang sudah datang dan beli kesini. Sistemnya potongan harganya ya murni potongan harga, tidak ada yang dinaik-naikkan duluan. Baju harga 150.000 yang didiskon 20% ya aslinya memang 150000 itu harganya. Ada dua sistem diskon kami di sini, diskon untuk pembeli grosir, juga pembeli eceran. Kalau pembeli eceran harga diskon sudah tertera duluan di keterangan harga, nah kalau untuk pembeli grosir ada ketentuannya seperti di brosur promosi kami misalnya jilbab nukarnya 30 biji kami potong harga 30 %*

Bu Atin menjelaskan:

Sistemnya? Ya berataan nangkaya pakaian sekolah kain kami bari diskon antara 5 sampai ada yang 50 % amun yang ditukar banyak .[63]

Kemudian mengenai aturan harga sebelum didiskon terdapat penjelasan dari Tatik pegawai toko Yanie sebagai berikut:

"Sebenernya hanya beberapa barang diskon disini harga sebujurnya, nangkaya sepatu yang didiskon harga aslinya 250ribu ,kita pasang harga 500.000 dan kita diskon 50% , jadi kembali ke harga sebujurnya, tapi kada semua kaya itu, hanya barang yang kami produksi sorangan yang memang kami jual murah sebelumnya dan jua barang-barang yang dipasaran lagi naik sebelumnya mbk ay."[64]

Kemudian dijelaskan lagi:

"Barang-barang yang ngitu kada asal kami naikkan, tapi memang harga pasaran lagi naik pas tu, biasanya gara-gara peminat lagi banyak, jadi kami sebagai penjual maka kami umpati kenaikan harga pasar itu, tetapi karena kami ingin membarikan keringanan pada pelanggan maka kami turunakan harganya dengan membarikan diskon".[65]

C. Analisis Data

1. Analisis Terhadap Praktek Jual-Beli dengan Sistem Diskon di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya

Dalam suatu transaksi perdagangan selalu melibatkan dua pihak yaitu pihak pembeli sebagai pihak penerima barang dan penjual sebagai pihak yang menyerahkan

---

[63] Atin, Wawancara (Pasar Baru, 12 Februari 2012), Terjemahan: *Sistemnya? Ya semuanya misalnya pakaian sekolah kain kami beri diskon antara 5 sampai ada yang 50 % kalau yang dibeli banyak*.

[64] Tatik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012), Terjemahan: *Sebenernya hanya beberapa barang diskon disini harga sebenarnya, misalnya sepatu yang didiskon harga aslinya 250ribu ,kita pasang harga 500.000 dan kita diskon 50% , jadi kembali ke harga sebenarnya, tetapi kada semua seperti itu, hanya barang yang kami produksi sendiri yang memang kami jual murah sebelumnya dan juga barang-barang yang dipasaran lagi naik pada waktu sebelumnya mbak*

[65] Tatik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012), Terjemahan: *Barang-barang tersebut tidak asal kami naikkan, tetapi memang harga pasaran sedang naik saat itu, biasanya gara-gara peminat sedang banyak, jadi kami sebagai penjual maka kami mengikuti kenaikan harga pasar itu, tetapi karena kami ingin memberikan keringanan kepada pelanggan maka kami turunkan harganya dengan memberikan diskon.*

barang. Sebelum transaksi terjadi kedua belah pihak harus mencapai kesepakatan mengenai harga dari barang-barang yang diperjualbelikan beserta syarat-syarat lainnya, termasuk di dalamnya mengenai potongan harga pada barang yang akan dibeli. Potongan harga merupakan salah satu cara yang digunakan penjual untuk menarik minat pembeli dalam melakukan transaksi pembelian dalam hal ini biasa disebut dengan strategi pemasaran (promosi).

Konsep potongan harga atau diskon yang diteliti dalam pembahasan ini diantaranya menyangkut ketentuan berlakunya diskon, tujuan diskon, sistem pemberian dan besarnya diskon, dan kriteria serta kualitas produk yang mendapatkan diskon.

Diskon diberikan kepada pembeli diantaranya dengan sistem pembelian secara grosir atau pembelian dalam jumlah besar. Sehingga harga barang berbeda tergantung banyaknya jumlah yang dibeli. Sistem semacam ini sama seperti yang dilakukan pada toko Setiawan dan juga toko Any.

Pada toko Yanie, diskon diberikan pada barang-barang yang dijual secara eceran hampir setiap hari dan juga ketika memasuki musim-musim tertentu misalnya saat akan lebaran. Toko Any juga memberikan diskon pada beberapa barang eceran baik stok lama maupun baru pada hari-hari tertentu. Kedua toko ini memberikan diskon dengan tujuan promosi atau mengenalan produk mereka.

Sehingga dapat diketahui bahwa sistem diskon merupakan strategi penjual dalam pemasaran produknya dan juga merupakan sesuatu yang umum digunakan yang dapat berguna sebagai perangsang 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.

Diskon yang diterapkan oleh penjual toko Any dan toko Setiawan termasuk ke dalam diskon kuantitas. Diskon kuantitas adalah diskon yang ditawarkan untuk mendorong para pelanggan membeli dalam jumlah lebih besar. Ini memungkinkan penjual mendapatkan lebih banyak dari bisnis pembeli, atau mengalihkan beberapa fungsi penyimpanan kepada pembeli atau mengurangi biaya pengiriman dan penjualan atau semua.[66] Toko Any dan toko Setiawan memberikan potongan bagi pembelinya yang membeli dalam jumlah besar misalnya membeli pakaian 30 lembar makan akan mendapatkan diskon 30%.

Kemudian Toko Yanie dan Anie menyebutkan bahwa diskon yang mereka lakukan pada hari-hari tertentu agar masyarakat lebih tertarik dan mengenal produk mereka. Kedua toko ini menawarkan diskon sebagai bentuk dari promosi. Promosi dengan sistem diskon diberlakukan berkaitan dengan strategi pemasaran oleh perusahaan agar konsumen lebih mengenal produk mereka,

Kemudian mengenai tujuan pemberian diskon yang dilakukan pertokoan pasar Baru Palangkaraya ada beberapa tujuan yang terdapat di dalamnya diantaranya:

a. Meningkatkan Volume

Seperti yang dilakukan toko Any dan toko Setiawan dengan menghabiskan stok lama, mengurangi stok yang ada di gudang atau untuk memenuhi stok yang ada

[66] Cannon, Perreault, McCarthy, *Pemasaran Dasar* edisi 16 buku *2*, penterjemah David Octarevia (Jakarta:*Penerbit Salemba* Empat,2008),192

di tingkat pengecer dan menjualnya dengan memberikan diskon sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Volume penjualan adalah jumlah unit yang terjual dari suatu produk dan ditetapkan pada suatu periode tertentu. [67]

b. Menambah Pelanggan Baru

Dengan memberikan diskon maka memungkinkan calon pembeli mengajak calon pembeli lainnya agar dapat mengklaim diskon yang ditawarkan. Seperti yang dikatakan Bu Prapto pemilik toko Any dan Bu Akik pemilik Toka Yanie bahwa dengan memberikan diskon mereka yakin pelanggan akan bertambah.

c. Diminati Perantara

Produk membutuhkan dukungan dari perantara. Yang dimaksud perantara disini adalah pedagang grosir, distributor, agen, pengecer atau makelar. Dengan memberikan diskon maka para perantara perdagangan akan selalu membeli barang pada toko yang memberikan harga lebih murah. Hal ini seperti yang dikemukakan ibu Atin.

Kemudan mengenai produk yang mendapat diskon berdasarkan keterangan pemilik toko Any dan Setiawan ialah semua produk yang dibeli dengan jumlah besar. Semua barang pada toko menyediakan produk dalam jumlah besar untuk disalurkan kepada agen lain. Sehingga para agen yang membeli dalam jumlah ini akan mendapatkan diskon pada semua barang yang dibeli dalam jumlah besar. Selain itu

---

[67] Imam Pirmansyah, *Peranan Pemberian Potongan Harga (Diskon) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kaos Sepakbola Adidas Pada Pt.Vilour Promo Bandung, skripsi sarjana Fakultas Ekonomi (Bandung: Unversitas Kompiter Indonesia,2004), vi*

juga pada toko Any dan toko Yanie memberikan barang yang didiskon adalah barang yang sedang menjadi "trend" dikalangan pembeli.

Mengenai sistem pemberian diskon dan besarnya diskon yang dberikan memiliki kisaran antara 5-50% tergantung jenis dan jumlah barang yang dibeli pada toko Any dan Setiawan. Sedangkan pada toko Yanie tergantung pada jenis barang yang dibeli karena toko Yenie tidak menjual barang secara grosir.

Aturan harga sebelum didiskon terdapat penjelasan dari toko Yanie bahwa mereka memberikan diskon pada beberapa barangnya yang merupakan produksi sendiri maupun produksi pabrik dan mengikuti perkembangan harga pasar sehingga harga menjadi naik tetapi kemudian diturunkan dengan memberikan diskon. Jadi sebelum Toko Yanie memberikan diskon ia mengubah kebijakan harga barang produksinya baru setelah itu diberikan diskon. Kemudian dijelaskan lagi oleh pemilik toko bahwa barang yang didiskon tidak serta merta harganya dinaikkan, tetapi mengikuti perkembangan pasar, sehingga agar menarik minat pembeli toko memberikan diskon untuk pembelian barang tersebut. Sistem diskon perpektif Toko Yenie ini bertentangan dengan perspektif umum dimana harga asli yang dikenai pemotongan harga, bukan harga yang telah dinaikan sebelumnya.

2. Tinjauan Hukum Islam pada Jual Beli Dengan Sistem Diskon di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya

Potongan harga atau diskon yang tedapat pada pertokoan pasar Baru Palangkaraya dalam Islam dikenal dengan *an-naqisu min al-thaman* (pengurangan

harga)[68] atau *khasm*. Akad yang berhubungan dengan jual beli diskon adalah *muwậdla'ah*.

Sah tidaknya jual beli sangat berkaitan erat dengan rukun dan syarat. Ditinjau dari rukun dan syaratnya, jual beli yang dilakukan pada beberapa pertokoan pasar Baru Palangkaraya dalam beberapa hal sudah terpenuhi yaitu pada toko Setiawan dan toko Any.

Syarat-syarat tersebut diantaranya mengenai penjual dan pembeli telah melakukan jual beli dengan ridha dan sukarela, tanpa ada paksaan dan kedua belah pihak berkompeten dalam melakukan praktek jual beli, yakni dia adalah seorang *mukallaf* dan *rasyid*. Mengenai objek jual beli merupakan barang yang suci dan bermanfaat, bukan barang najis atau barang yang haram, merupakan hak milik penuh, objek jual beli dapat diserahterimakan, dan jumlah pembayarannya diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak sehingga terhindar dari *gharar*.

Sementara sistem jual beli pada toko Yenie dari segi obyek akad perlu dianalisis lebih mendalam. Syarat obyek akad yang dihalalkan adalah karena *mal mutaqawwam* (bernilai menurut *syara*') serta bebas dari najis dan barang-barang yang diperjualbelikan di pertokoan pasar Baru ini merupakan barang-barang yang bernilai dan bebas dari najis diantaranya berupa pakaian, aksesoris, tas dan kain. Syarat berikutnya adalah barang ada ketika akad berlangsung dan dapat diserahkan. Syarat ini sudah terpenuh dimana pembeli mendapatkan barangnya langsung saat berada di toko. Syarat selanjutnya adalah obyek akad harus jelas dan dikenali para pihak

[68] Syabbul Bachri, *Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam*, Artikel Antalogi Kajian Islam vol. 15 No. 1(Surabaya:IAIN Sunan Ampel, 2010), 15

sehingga barang harus jelas dari jenisnya dan tentu kualitasnya. Disebutkan toko Yanie mendiskon barang yang merupakan stok lama di dalam gudang. Stok barang yang lama merupakan barang yang telah lama diproduksi namun belum sampai ke tangan pembeli. Sehingga kualitas barang tidak seperti stok baru. Maka penting adanya bagi penjual untuk memperhatkan keadaan barang apakah terdapat cacat didalamnya.

Dalam hal ini apabila toko tidak memperhatikan kualitas barang sehingga terdapat cacat kemudian ia tetap menjualnya maka hal ini diharamkan dan dinamakan *tadlis* dalam kualitas. *Tadlis* (penipuan) dalam kualitas termasuk juga menyembunyikan cacat atau kualitas barang yang buruk yang tidak sesuai dengan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Tanti pegawai toko Yanie mengatakan:

> *"Ada beberapa barang yang banyak produksinya, ada jua barang yang lagi rami, jadi kami coba handak menarik minat pembeli dengan diskon ini, dan juga ada beberapa barang yang lawas. Barang barang lawas lawas tu kami diskon harganya murah-murah pang, harga murah jadi kualitasnya ya sebanding harga, jadi wajar ja barang-barang yang sudah kada tapi baik lagi kami diskon, kami kan ngalih kada kawa meneliti satu satu cacat kah kada kah, kan pembeli kawa melihat ja kaya apa yang dihandaki sebelum buhannya nukaran, karena barangnyakan kami andak di wadah ganal, jadi buhannya memilih ja. amun cacat ya pasti kada jadi buhannya nukar, amun ada yang nukar mungkin kena dibaiki sorang.hehe.."*[69]

Berdasarkan pernyataan toko Yanie tersebut maka jelas bahwa pihak toko telah menjual sebagian barang yang cacat sehingga jual beli menjadi diharamkan.

---

[69] Tatik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012), Terjemahan: *Ada beberapa barang yang cukup banyak produksinya, ada juga barang yang sedang ramai, jadi kami mencoba ingin menarik minat pembeli dengan diskon ini, dan juga ada beberapa barang yang lama. Barang barang lama lama itu kami diskon murah-murah, harga murah jadi kualitasnya ya sebanding harga, jadi wajar saja barang yang sudah tidak terlalu bagus lagi kami diskon, kami kan susah tidak bisa meneliti satu satu cacat atau tidak, kan pembeli bisa melihat saja seperti apa yang dikehendaki sebelum mereka membeli, karena barangnya kami letakkan di tempat besar, jadi mereka memilih saja. Kalau cacat ya pasti tidak jadi mereka beli, kalau ada yang beli mungkin nanti diperbaiki sendiri, hehe.."*

Prinsip kejujuran sangat dijunjung tinggi dalam aktifitas perdagangan. Oleh karenanya Islam melarang *gharar* dan *tadlis* dengan segala bentuknya. Menyembunyikan cacat barang dalam berdagang adalah bentuk pelanggaran terhadap kedua larangan ini. Terlihat bahwa transaksi jual beli yang tidak memperhatikan barang yang dijual terdapat cacat didalamnya kurang memenuhi prinsip mu'amalah, yang mana setiap proses jual beli harus ada kejelasan dan barang yang diperjualbelikan.

Dalam hadits dijelaskan:

الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَهُ لَهُ[70]

Orang muslim adalah bersaudara. Tidak halal bagi seseorang menjual barang yang cacat kepada saudaranya, tanpa menerangkan cacat benda itu.

Dan di dalam riwayat yang lain, dari Abu Hurairah Radhiyallahu ‘Anhu, bahwa Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam bersabda :

مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنَّا

“Barangsiapa yang berbuat menipu, maka dia bukan termasuk golongan kami”[71]

Sehingga apabila toko tersebut telah menjual barang yang merupakan stok lama dan terdapat cacat didalamnya maka hal ini diharamkan. Akan tetapi bila penjual sudah memeriksa barang dan tidak terdapat kecacatan didalamnya maka hal ini diperbolehkan.

---

[70] HR. Ahmad, Ibnu Majah, Ath-Thabrani dalam Al-Kabir dan Al-Hakim. Dishahihkan Asy-Syaikh Al-Albani dalam Shahih At-Targhib wat Tarhib no. 1775

[71] HR. Muslim I/98 no. 101, 102, dari hadits Abu Hurairah. Lihat dalil-dalil ini di dalam Fiqhu As-Sunnah karya Sayyid Sabiq, juz. III hal. 179).

Kemudian mengenai syarat dan rukun ijab kabul harus dapat dilakukan secara lisan atau tertulis dan sikap rela satu sama lain antara penjual dan pembeli terhadap barang yang dijual dan harganya. Apabila dalam sistem jual beli ini terdapat unsur terpaksa (*ikrah*) atau ada unsur penipuan (*tadlis*) atau ada ketidaksesuaian (*gharar*) obyek akad maka jual beli menjadi tidak sah karena prinsip saling ridha/rela tidak terpenuhi.

Sementara itu berdasarkan pernyataan Tatik pegawai toko Yanie mengenai trik menjual:

> *"Sebenernya hanya beberapa barang diskon disini harga sebujurnya, nangkaya sepatu yang didiskon harga aslinya 250ribu ,kita pasang harga 500.000 dan kita diskon 50% , jadi kembali ke harga sebujurnya, tapi kada semua kaya itu, hanya barang yang kami produksi sorangan yang memang kami jual murah sebelumnya dan jua barang-barang yang dipasaran lagi naik sebelumnya mbk ay."*[72]
> Kemudian dijelaskan lagi:
>
> *"Barang-barang yang ngitu kada asal kami naikkan, tapi memang harga pasaran lagi naik pas tu, biasanya gara-gara peminat lagi banyak, jadi kami sebagai penjual maka kami umpati kenaikan harga pasar itu, tetapi karena kami ingin membarikan keringanan pada pelanggan maka kami turunakan harganya dengan membarikan diskon".*[73]

Toko Yanie dalam hal ini telah melakukan penipuan dalam bentuk diskon yang sebenarnya. Bentuk diskon yang sebenarnya adalah harga asli dipotong pada

---

[72] Tatik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012), Terjemahan: *Sebenernya hanya beberapa barang diskon disini harga sebenarnya, misalnya sepatu yang didiskon harga aslinya 250ribu ,kita pasang harga 500.000 dan kita diskon 50% , jadi kembali ke harga sebenarnya, tetapi kada semua seperti itu, hanya barang yang kami produksi sendiri yang memang kami jual murah sebelumnya dan juga barang-barang yang dipasaran lagi naik pada waktu sebelumnya mbak*, Tatik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012)

[73]Tatik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012), Terjemahan: *Barang-barang tersebut tidak asal kami naikkan, tetapi memang harga pasaran sedang naik saat itu, biasanya gara-gara peminat sedang banyak, jadi kami sebagai penjual maka kami mengikuti kenaikan harga pasar itu, tetapi karena kami ingin memberikan keringanan kepada pelanggan maka kami turunkan harganya dengan memberikan diskon* Tatik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012)

harga sebenarnya. Tetapi toko Yanie dalam memberikan potongan harga tidak berasal dari harga sebenarnya yakni harga yang dinaikan sehingga hasil akhir dari harga diskon adalah harga normal dan bukan harga yang dipotong. Toko Yanie menyalahgunakan pengertian diskon untuk menarik pembeli dan hal ini adalah dilarang. Lebih baik ia tidak menggunakan embel-embel diskon melainkan menjualnya dengan harga normal, karena yang dijual memang merupakan haga normal dari barang.

Hal tersebut diatas dilarang berdasarkan kaidah fiqih di bawah ini:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الإِبَاحَةُ إِلاَّ أَنْ يَدُلَّ دَلِيْلٌ عَلَى تَحْرِيْمِهَا

"Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya."

Transaksi yang dilakukan toko tersebut terdapat unsur *tadlis*. *Tadlis* adalah transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak (*unknown to one party*). Dan *Tadlis* yang dilakukan toko ini merupakan penipuan dalam harga yang memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar dengan meninggikan harga kemudan diberikian diskon. Dalam hal ini Toko Yanie memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar. Pembeli yang datang ke toko membeli barang dengan anggapan barang telah didiskon namun tidak mengetahui bahwa barang tersebut merupakan harga normal atau tidak mendapatkan potongan harga. Mengenai hukum *tadlis* terdapat dalam sebuah hadits

عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ نَهَى عَنْ تَلَقِّي الْبُيُوعِ [74]

"Dari Nabi Shallallahu alaihi wasallam bahwa beliau melarang seseorang menghadang barang dagangan (sebelum sampai pasar)."

Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak, mereka harus mempunyai informasi yang sama *(complete information*) sehingga tidak ada pihak yang merasa ditipu/dicurangi karena ada sesuatu yang "*unknown to one party*".

Selain masuk kedalam kategori *tadlis*, perbuatan yang dilakukan Toko Yanie juga termasuk ke dalam kategori *Najasy*. Berdasarkan Hadits:

عَنْ نَافِعٍ عَنِ ابْنِ عُمَرَ رضى الله عنهما قَالَ نَهَى النَّبِيُّ صلى الله عليه وسلم عَنِ النَّجْشِ[75]

Dari Nafi dari Ibnu Umar, "Nabi melarang jual beli najasy [76]

Salah satu bentuk dari *Najasy* adalah, meninggikan harga barang untuk menunjukkan bahwa barang tersebut "berkelas" sehingga apabila diberikan diskon pembeli tertarik membelinya karena menganggap ia mendapatkan untung dengan membeli barang dibawah harga, padahal tidak demikian realitanya.[77].

Islam telah mengatur segala aspek agar semua pihak terhindar dari kerugian dunia akhirat. Praktek jual beli dengan sistem diskon telah dibenarkan dalam islam

---

[74] Shahih Muslim no 297, Imam Muslim , *Shahih Muslim*, juz tiga (Mesir: Maktabah, Misriyah,tt), 1156

[75] H.R. Bukhari, no. 2035 dan Muslim, no. 3893, terdapat pada kitab Muhammad ibn ʻAbd al-Wahid Ibn al-Humâm, ʻAlî ibn Abî Bakr Marghînânî, Muhammad ibn Mahmûd Akmal al-Dîn al-Bâbartî, Saʻd Allâh ibn ʻÎsá Saʻdî Chalabî, Ahmad Qâdî Zâdah, *Syarh Fathul Qadir*, volume 6 (Kairo: Al-Manar, 1997), 46

[76] H.R. Bukhari, no. 2035 dan Muslim, no. 3893 terdapat pada kitab Muhammad ibn ʻAbd al-Wâhid Ibn al-Humâm, ʻAlî ibn Abî Bakr Marghînânî, Muhammad ibn Mahmûd Akmal al-Dîn al-Bâbartî, Saʻd Allâh ibn ʻÎsá Saʻdî Chalabî, Ahmad Qâdî Zâdah, *op, cit.*, hal 233

[77] Penjelasan terdapat pada *Taudhih Al-Ahkam*, juz 4, hlm. 360

dengan mematuhi syarat dan rukun tertentu dan terhindar dari segala hal yang telah dilarang. Namun keabsahannya tergantung pada kedua belah pihak dalam melaksanakan rukun dan syaratnya serta memperhatikan segala hal yang telah dilarang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
PUSAT PERPUSTAKAAN

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Sistem diskon pada pertokoan Pasar Baru Palangkaraya perspektif umum diantaranya:

   a. Pembelian barang dengan jumlah banyak

   b. Pada saat-saat tertentu misalnya ketika akan tiba hari raya

   c. Diberikan pada barang yang sedang *"trend"* di kalangan pembeli

   d. Diberikan pada barang-barang stok lama

   Kemudian terdapat sistem diskon yang ditinjau dari perpektif penjual yaitu harga barang yang dinaikan terlebih dahulu sebelum dikenakan sistem diskon

2. Tinjauan hukum Islam terhadap sistem diskon di pertokoan pasar Baru Palangkaraya dibagi menjadi dua, yaitu
   a. Diperbolehkan, karena rukun dan syarat pada akad jual beli telah terpenuhi yaitu yang terdapat pada toko Setiawan dan toko Any
   b. Diharamkan, karena terdapat syarat pada objek akad yang tidak terpenuhi dan terdapatnya unsur-unsur yang dilarang dalam jual beli yaitu *tadlis* dan *najasy*. Hal ini ditemukan pada sistem jual beli diskon toko Yenie. Pihak toko Yanie tidak memeriksa kualitas barang yang dijual dengan sistem diskon, sehingga terdapat barang cacat yang tetap dijual kepada pembeli, selain itu harga barang sebelum dikenakan diskon telah dinaikkan dengan alasan mengikuti harga pasar sehingga harga barang yang dikenakan diskon sebenarnya merupakan harga normal.

B. Saran

1. Bagi para pemilik toko di pertokoan Pasar Baru Palangkaraya hendaknya senantiasa menggunkan sistem diskon yang sesuai dengan konsep jual beli dalam Islam tanpa adanya tindakan penipuan dalam hal barang maupun harga agar senantiasa mendapatkan kebaikan baik secara dunia maupun akhirat.
2. Bagi pembeli diharapkan lebih mencermati dan teliti saat akan membeli barang yang didiskon agar terhindar dari keborosan dan mendapatkan barang yang benar-benar dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

Al- Wahid, Abd, dkk. *Syarh Fathul Qadir*. volume 7. Kairo: Al-Manar, 1997.

_____, *Syarh Fathul Qadir*. volume 6. Kairo: Al-Manar, 1997.

Alma, Bukhari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2000.

Al-Marzuqi, Shalih, *Qirarati Al-Majmu Al-Fikh Al-Islamiyah Bikakati Mukaramah* . Mekah: Islamic Book,t.th.

Al-Muslih, dkk, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta : Daarul Haq, 2004.

al-Qushayrī Muslim ibn al-Ḥajjaj , dkk, *Shahih Muslim Volume 11-12* . Beirut: Dar Al-Ma'rifah, 1994.

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

Asmaniah, Yuniati , *Bauran Promosi dalam Persepektif Islam*, Skripsi. Malang: Universitas Islam Negeri Malang, 2007.

Azzam, Abdul Aziz Muhammad, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqih Islam*. Jakarta: Amzah, 2010.

Bachri, Syabbul, *Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam*, Artikel Antalogi Kajian Islam vol. 15 No. 1. Surabaya:IAIN Sunan Ampel, 2010.

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya.* Jakarta, 1982.

Ferdian, *Analisis Pengaruh Tingkat Diskon Terhadap Sikap dan Keingian Membeli.* Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2008.

Hafiz, Muhammad, *"Identifikasi Transaksi Terlarang,"* http://belajar-ekonomi islam.blogspot.com/2011/03/identifikasi-transaksi-terlarang.html, diakses 15 Januari 18.30 wib

Ibn Taymiyah, Amir, , *Majmu'at Al-fatawa* . Kairo: Dar Al-Wafa', 1998.

Isnaini, Arif, *Model dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Ntp Press, 2005.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan,Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo, 2005.

Kusumawardani, Dessi, *Meminimasi Total Biaya Persediaan Produk Sprite 295 Ml Dengan Mempertimbangkan Adanya All Unit Diskon*. Skripsi. Yogyakarta: Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia, 2011.

Mariana, *"Hubungan Sikap Konsumen pada Discount dengan Minat Membeli Produk Fashion Pada Remaja Akhir (Studi pada Mahasiswa semester 1*

UIN Malang tahun 2008/2009. Skripsi . Malang: Universitas Islam Negeri, 2009.

Masdam, "Jual Beli Najasy, " http://training.umy.ac.id/pluginfile.php/.../Jual%20Beli%20Najasy.doc *diakses 13 Februari 2012 12.33 WIB*

Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2005.

Muamalah Institute *"Falsafah Aqad"* dalam *www. images.sujanu24.multiply.multiplycontent.com, diakses 15 Januari 2012 14.34 wib*

Muhajir , Nong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Roke Sarasih, 1989.

Nur Jaballahu Samir Abdun, *Dhawabitu Tsamani wa Tathbiqtuhu fi Aqdil Bay'.* Riyadh: Dar Kanzu Isybiliya Lilnasyri wa Tauzi', 2005.

Saladin, Djasmin, *Manajemen Pemasaran , Analisa, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian.* Bandung : Linda Karya, 2003.

Simamora Henry, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.

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

Taufiqurrohman, *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu pada Perusahaan Sepatu House Of Mr. Pienk Malang. Skripsi* . Malang: Universitas Islam Negeri, 2007.

Ahira, Anne, *"Menyorot Pengertian Diskon dan Strategi Bisnis",* http://www.anneahira.com/pengertian-diskon.htm, diakses 12 Februari 19.23 WIB

Atin, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari, 2012)

Prapto, Wawancara (Pasar Baru, 14 Februari, 2012).

Akik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012).

Tatik, Wawancara (Pasar Baru, 17 Februari 2012).

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARI'AH
Terakreditasi "**A**" SK BAN-PT Depdiknas Nomor : 013/BAN-PT/Ak-X/S1/VI/2007
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341)559399

BUKTI KONSULTASI

Nama Mahasiswa : Erry Fitrya Primadhany

NIM : 08220028

Fakultas/ Jurusan : Syari'ah / Hukum Bisnis Syari'ah

Dosen Pembimbing : Dr. Fakhruddin M.H.I

Judul skripsi : TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM DISKON (Studi Kasus di Pertokoan Pasar Baru Palangkaraya)

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	Sabtu, 29 Oktober 2011	Proposal	
2	Senin, 23 Januari 2012	BAB I, II, dan III	
3	Kamis, 23 Februari 2012	Revisi BAB I, II, dan III	
4	Kamis, 1 Maret 2012	BAB IV dan V	
5	Kamis, 8 Maret 2012	Revisi BAB IV dan V	
6	Senin, 19 Maret 2012	Abstrak	
7	Senin, 19 Maret 2012	ACC BAB I, II, III, IV, dan V	

Malang, 19 Maret 2012

Mengetahui a.n. Dekan

Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syari'ah

Dr. Suwandi M.H

NIP: 196104152000031001