

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.¹

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.²

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.³ Dijelaskan lagi oleh Simamora bahwa potongan penjualan tersebut adalah potongan tunai (*cash discount*) yang ditawarkan kepada para pelanggan yang membeli barang-barang dagangan secara kredit.”⁴

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

¹ Arif Isnaini, *Model dan Strategi Pemasaran* (Makassar: Ntp Press, 2005), 89

² *Ibid.*, 90.

³ Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), 162

⁴ 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*.⁵

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.⁶

⁵ 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

⁶ 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 Keinginan 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 (%)⁷

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 tertentu⁸

Tujuan diadakannya diskon atau potongan menurut Nitisemito yang dikutip oleh Arif Isnaini adalah:⁹

- 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.

⁷ Redaksi Wahyu Media, *Super Referensi Rumus Fisika & Matematika SMP*(Jakarta: Penerbit Wahyu Media, 2008), 206

⁸ Karande dan Kumar yang dikutip Ferdian C.S, *op. cit*, 7

⁹ Arif Isnaini, *op. cit.*, 90

3. Macam-macam Diskon

Menurut Philip Kotler dalam buku *Manajemen Pemasaran* ada beberapa macam bentuk dari diskon, yaitu:¹⁰

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

¹⁰ 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 untuk suatu periode). Diskon memberikan insentif bagi pelanggan untuk membeli lebih banyak dari seorang penjual dan tidak membeli dari banyak sumber.

c. Diskon Fungsional (*Functional Discount*).

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

d. Diskon Musiman (*Seasonal Discount*).

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

e. Potongan (*Allowance*).

Potongan merupakan pengurangan dari daftar harga. Misalnya, potongan tukar tambah (*trade-in allowance*) dan potongan promosi (*proportional 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:¹¹

- 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 :¹²

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

¹¹ Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2000), 132

¹²Djasmin 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:¹³

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.

¹³ Anne Ahira, “Menyorot Pengertian Diskon dan Strategi Bisnis”, <http://www.annehira.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: ¹⁴

Penjualan	Diskon	Jumlah faktur bersih
\$5000	$20\% \times 5000 = 1000$	$5000 - 1000 = 4000$
\$4000	$10\% \times 4000 = 400$	$4000 - 400 = 3600$
\$3600	$5\% \times 3600 = 180$	$3600 - 180 = 3420$

Tabel 1. Contoh Sistem Diskon

¹⁴ <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).¹⁵ Diskon juga disebut dengan istilah *khasm*. Diskon dalam jual beli Islam terdapat pada akad *muwâdla'ah* atau *Al-Wadli'ah*. Akad *muwâdla'ah* merupakan bagian dari prinsip jual beli dari segi perbandingan harga jual dan harga beli. *Bay' al-muwâdla'ah* adalah jual-beli di mana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau dengan potongan (*discount*). Penjualan semacam ini biasanya hanya dilakukan untuk barang-barang atau aktiva tetap yang nilai bukunya sudah sangat rendah.¹⁶

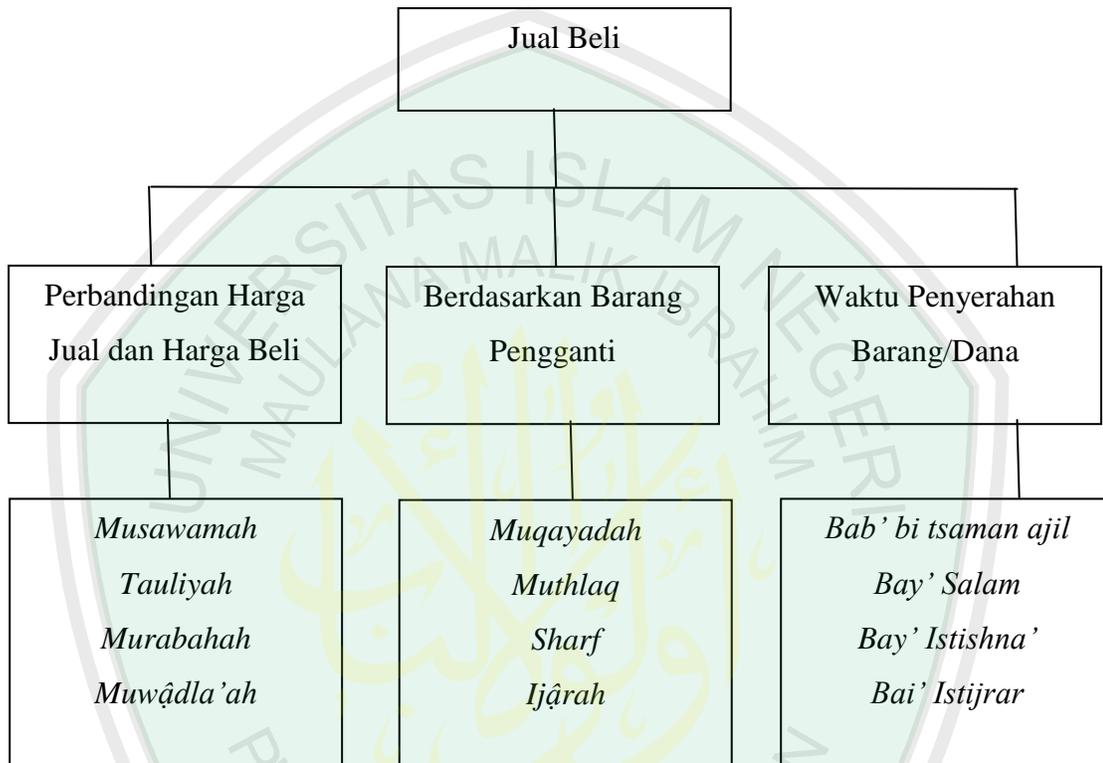
Menurut Samir, *Al-Wadli'ah* adalah menjual barang dengan harga pertama dengan pengurangan sesuatu yang telah diketahui.¹⁷

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

¹⁶ Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta:Pustaka Alvabet, 2006), 27

¹⁷ 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*:¹⁸



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

¹⁸ 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.¹⁹ Rukun dan syarat tersebut diantaranya:

a. Pelaku

- 1). Ada penjual dan pembeli
- 2). Cakap hukum (berakal dan dapat membedakan). Allah SWT berfirman :

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا²⁰

"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 alat, nyamuk dan sebagainya tidak sah diperjualbelikan

¹⁹ Samir Abdun Nur Jaballahu, *op, cit.*, 203

²⁰ QS. An-Nisaa : 5

2) Barang dimiliki oleh penjual.

عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ قَالَ: لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ. وَلَقَدْ لَكَ مَا رَوَاهُ الْإِمَامُ أَحْمَدُ وَ أَبُو دَاوُدَ بِإِسْنَادٍ صَحِيحٍ²¹.

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 jumbuh 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 وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا ، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا²²

"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

²¹ HR. Ahmad dan Abu Dawud dengan sanand *shahih* , Shalih bin Al-Marzuqi, *Qirâratî Al-Majmu Al-Fikh Al-Islamiyah Bikakati Mukaramah* (Mekah: Islamic Book,tt),134

²² 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 fi 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 riba²³

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.

²³ Menurut Hanafi dikutip Samir Abdun Nur Jaballahu, *ibid.*, 203

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

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ، بَعَثَ أَخَا بَنِي عَدِيٍّ الْأَنْصَارِيَّ وَاسْتَعْمَلَهُ عَلَى خَيْبَرَ فَقَدِمَ بِتَمْرٍ جَنِيْبٍ ، فَقَالَ لَهُ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : " أَكُلْتَ تَمْرَ خَيْبَرَ هَكَذَا ؟ " . فَقَالَ : لا " لا وَاللَّهِ يَا رَسُولَ اللَّهِ ، إِنَّا لَنَشْتَرِي الصَّاعَ بِالصَّاعَيْنِ . فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ تَفَعَّلُوا ، وَلَكِنْ مِثْلًا بِمِثْلٍ ، أَوْ يَبْعُوا هَذَا وَاشْتَرُوا هَذَا بِتَمَنِّهِ ، وَكَذَلِكَ الْمِيزَانُ²⁴

“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.

²⁴ 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 ‘Îsâ 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

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

“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 الدَّمَشَقِيُّ حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدِينِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ²⁵.

“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:

الْأَصْلُ فِي الْإِبَاحَةِ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا الْمُعَامَلَةِ

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

²⁵ 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 وَالْخَنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ²⁶

“*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*".²⁷ 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

²⁶ Hadits Riwayat Bukhar dan Muslim, dalam kitab Muslim ibn al-Hajjâj al-Qushayrî, Nawawî, Khalîl Ma'mûn Shihâ, *Shahih Muslim Volume 11-12* (Beirut: Dar Al-Ma'rifah, 1994), 125

²⁷ 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.²⁸

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

²⁸ 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.²⁹

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.³⁰

Dalam Hadits disebutkan:

عَنْ نَافِعٍ عَنِ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ نَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ النَّجْشِ³¹

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.³²

²⁹ Masdam "Jual Beli najasy, " <http://training.umy.ac.id/pluginfile.php/.../Jual%20Beli%20Najasy.doc> diakses 13 Februari 2012 12.33 WIB

³⁰ Dalam kitab *Syarhus Sunnah* [VTII/120-121]

³¹ H.R. Bukhari, no. 2035 dan Muslim, no. 3893 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 'Îsâ Sa'dî Chalabî, Ahmad Qâdî Zâdah, *Syarh Fathul Qadir*, volume 6 (Kairo: Al-Manar, 1997), 46

³² 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 taghrirân* 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”.³³

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 تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْءُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ
تَعْلَمُونَ

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

³³ *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.