

## TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM DISKON DENGAN MARK UP TERLEBIH DAHULU

Muammar Khadafi, Lc., M.A. <sup>1)\*</sup>, Dr. Dina Madinah, S.E., M.Acc. <sup>2)</sup>, Euis Kurniasih <sup>3)</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI Depok

[muammar\\_8686@yahoo.co.id](mailto:muammar_8686@yahoo.co.id)

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Husnul Khotimah (STISHK) Kuningan

<sup>3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Husnul Khotimah (STISHK) Kuningan

**ABSTRAK:** Dalam masalah jual beli, Islam juga telah memberikan aturan secara jelas mengenai rukun dan syaratnya. Baik yang berhubungan dengan pihak penjual, pembeli, ataupun objek akad dari jual beli yang dilakukan. Strategi yang dilakukan dalam pemasaran jual beli yaitu dengan sistem pemotongan harga atau yang biasa kita sebut, yaitu sistem diskon. Dapat ditemukan bahwa seringkali harga barang yang didiskon tidak benar-benar dipotong. Akan tetapi, harga dari suatu produk itu dinaikkan terlebih dahulu barulah diberlakukan diskon. Hal ini dinamakan Mark Up.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini, yaitu untuk mengetahui konsep diskon dalam Hukum Islam dan untuk mengetahui tinjauan Hukum Islam mengenai sistem diskon yang di Mark up terlebih dahulu. Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan. Penelitian ini akan menggunakan sumber data yang sesuai atau diperlukan untuk penelitian dalam meneliti permasalahan kajian. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi. Penelitian ini akan menganalisis dengan cara deskriptif yaitu dengan cara memaparkan dan menjelaskan tentang permasalahan penelitian dan menggunakan alat hukum untuk membahas permasalahan kajian dalam penelitian ini yaitu Hukum Islam.

Hasil dari penelitian ini adalah membahas mengenai tinjauan Hukum Islam terhadap sistem diskon dengan *Mark Up* terlebih dahulu, di mana banyak sekali ditemui di tengah masyarakat sistem diskon yang potongan harganya sangat menarik. Adapun Diskon menurut Islam pada dasarnya diperbolehkan apabila rukun dan syarat pada akad jual beli telah terpenuhi. Syarat-syarat tersebut di antaranya 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. 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 diserahkan terimakan, dan jumlah pembayarannya diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak.

**Kata kunci:** Hukum Islam, Sistem Diskon, Sistem Diskon dengan *Mark Up*

## **PENDAHULUAN**

Manusia merupakan makhluk sosial yaitu makhluk yang hidup dalam masyarakat yang tidak bisa memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri. Akan tetapi, dalam hidupnya manusia memerlukan bantuan dari manusia yang lain di lingkungannya. Manusia pada hakikatnya saling membutuhkan antara yang satu dengan yang lainnya merupakan ciri dari konsep muamalah yang tidak bisa lepas dari kehidupan. Konsep muamalah merupakan suatu konsep yang mengatur hubungan baik seluruh manusia, yang bertujuan untuk menjaga hak-hak manusia, merealisasikan kemaslahatan dan menjauhkan dari segala kemudharatan. Konsep tersebut telah diatur sedemikian rupa dalam syari'at yang di dalamnya terdapat berbagai hukum, yaitu halal, haram, mubah, dan makruh.

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia melakukan hubungan interaksi dengan yang lainnya dalam sebuah kegiatan bisnis. Kegiatan bisnis ini merupakan sebuah kegiatan yang sangat penting dilakukan agar dapat terpenuhinya semua kebutuhan manusia akan barang dan jasa, rohani, maupun jasmani. Kebutuhan manusia bersifat tidak terbatas dan keinginannya pun terus berkembang sehingga peran bisnis ini semakin beredar dan bersifat penting di kalangan masyarakat. Baik heterogenitas maupun homogenitas kegiatan-kegiatan bisnis yang sangat banyak menciptakan persaingan para pelaku usaha untuk menarik perhatian konsumen. Persaingan bisnis merupakan aktivitas ekonomi yang penting sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas produksi, asal tetap sportif dan sesuai prosedur karena jika kegiatan bisnis merugikan banyak pihak disebabkan ketidakjujuran pelaku usaha, maka bisnis tersebut tidak boleh dijalankan.

Dalam memenuhi kebutuhannya, ajaran Islam pun telah mengatur seluruh bidang dalam kehidupan manusia. Salah satunya yaitu jual beli. Firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarah: 275:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Artinya : "... padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba ..."  
(Q.S. Al-Baqarah: 275)

Dalam masalah jual beli, Islam juga telah memberikan aturan secara jelas mengenai rukun dan syaratnya. Baik yang berhubungan dengan pihak penjual, pembeli, ataupun objek akad dari jual beli yang dilakukan. Menurut Al-Muslih ada 3 hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk: 1) Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran atau takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak atau kadaluarsa, dan menggunakan bahan yang baik, 2) Produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal, dan 3) Dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan. Oleh karena itu, praktik jual beli harus dikerjakan secara bertanggung jawab dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan (Kasmir, 2010). Adapun jual beli yang sesuai dengan syariah adalah jual beli yang di dalamnya terdapat kejujuran, terpenuhinya syarat dan rukun akad dari jual beli tersebut. Allah SWT., melarang manusia untuk berlaku curang dan menganjurkan manusia untuk bertransaksi atas dasar suka sama suka. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S. An-Nisa ayat 59:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ  
إِن كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ٥٩

*Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya." (Q.S. An-Nisa: 59)*

Konsep jual beli dalam Islam memiliki prinsip *maslahah*, keuntungan atau *maslahah* bagi pedagang atau yang melakukan transaksi. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha harus selalu bersikap proaktif, berusaha untuk berkreasi, meningkatkan sumber daya, menciptakan inovasi dalam produk yang dihasilkan dan/atau mengatur strategi usaha. Adapun Perkembangan sistem jual beli mempunyai beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang dalam memasarkan produk atau barang dagangannya dalam melakukan kegiatan pemasaran.

Suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis (Kasmir, 2010). Dalam hal jual beli, tentu sebagai pembeli 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 harus mengetahui harga umum barang tersebut yang dijual di pasaran sebelum diberlakukan potongan harga atau diskon. Hal ini disebut dengan istilah *reference price*.

Strategi yang dilakukan dalam pemasaran jual beli, yaitu dengan sistem pemotongan harga atau yang biasa kita sebut yaitu sistem diskon. Diskon adalah potongan harga yang diberikan kepada pembeli dengan harga yang telah ditetapkan (Afida & Zamzami, 2020). Keanekaragaman metode pemberian diskon dilakukan dalam rangka menarik minat beli konsumen. Konsumen dapat memilih metode diskon yang diinginkan. Konsumen dapat menyesuaikan dengan keperluan. Meskipun hanya membeli satu produk pakaian, pemberlakuan diskon akan tetap diperoleh konsumen. Pada dasarnya terdapat konsumen yang hanya memerlukan membeli satu produk saja, namun ada pula konsumen yang akan lebih tertarik untuk membeli dengan jumlah lebih banyak untuk memanfaatkan metode diskon tersebut (D.W.S. Rahayu, 2019). Sistem diskon atau potongan harga ini merupakan sistem diskon di mana pembeli mendapatkan potongan harga dari sesuatu yang telah dibelinya. Adapun diskon tersebut biasanya berkisar dari 5% sampai 70%.

Di dalam Islam, hukum diskon diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti penipuan kepada konsumen, menimbulkan madharat kepada orang lain, dan lain sebagainya (Afida & Zamzami, 2020). Dapat ditemukan bahwa seringkali harga barang yang didiskon tidak benar-benar dipotong. Akan tetapi, harga dari suatu produk itu dinaikkan terlebih dahulu barulah diberlakukan diskon. Hal ini dinamakan *mark up*.

Menurut penuturan Firman Turmantara Endipradja selaku Komisioner Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), "Memberikan harga diskon kepada masyarakat boleh saja, tapi yang saya amati saat ini kebanyakan pelaku usaha melakukan *mark up* harga terlebih dulu sebelum didiskon." (Huda, 2015).

Penelitian sebelumnya mengenai tinjauan Hukum Islam terhadap sistem diskon dengan *mark up* terlebih dahulu belum banyak dikaji oleh para peneliti sebelumnya. Beberapa penulis

yang mengkaji mengenai sistem diskon di antaranya oleh (Maulina, 2017) mengkaji mengenai tinjauan Hukum Islam terhadap diskon pakaian saja dan penelitian (Aditama, 2018) meneliti mengenai diskon dalam perdagangan Islam yaitu pemberian diskon dengan sistem *buy one get one*. Berdasarkan penelitian sebelumnya tersebut, penelitian mengenai tinjauan Hukum Islam terhadap sistem diskon dengan *mark up* terlebih dahulu belum dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Pada praktiknya fenomena para pelaku usaha sebelum memberikan diskon kebanyakan para penjual melakukan *mark up* terlebih dahulu (Huda, 2015). Melihat fenomena tersebut, penelitian ini akan menambahkan penelitian sebelumnya untuk meneliti mengenai “Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Diskon dengan *Mark Up* Terlebih Dahulu”.

## TINJAUAN LITERATUR

No	Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Simpulan
1	Dian Maulina	2017	Perspektif Hukum Islam terhadap Sistem Discount Pakaian pada Matahari Mall Banda Aceh (Studi terhadap Penetapan Harga dan Taghrirnya)	Diperbolehkan dan Diharamkan	Diperbolehkan karena terdapat rukun dan syarat yang telah terpenuhi, dan dilarang karena di dalamnya terdapat unsur-unsur yang dilarang yaitu <i>taghrir</i>
2	Annisa Rifka Aryani	2019	Tinjauan Hukum Islam terhadap Diskon dan <i>Reward Point</i> Ovo (Studi pada Aplikasi Grab di Surakarta)	Diharamkan	Karena di dalamnya terdapat pemanfaatan dari hutang yang termasuk ke dalam riba.
3	Juwanto Edy Saputro	2018	Pemberian Diskon dalam Pelaksanaan Jual Beli di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	Diperbolehkan dan Tidak Diperbolehkan	Diperbolehkan karena di dalam toko Isabel dan Toko Sahara terdapat kejujuran dan keterbukaan dan disertakan label harga. Sedangkan pada Toko Voltus tidak diperbolehkan karena barang yang dijual sudah lama dan mudah rusak.
4	Rokhan	2017	Tinjauan Hukum	Dilarang	Karena di dalamnya

	a Pujiastuti		Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap Sistem Promo (Studi Kasus Toko Jakarta Ponsel Salatiga)		terdapat pihak yang dirugikan dan tidak adanya jaminan terhadap suatu barang yang telah dibeli. Sesuai dengan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang kepastian hukum.
5	Melva Noviana	2018	Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Penggunaan <i>Member Card</i> dalam Transaksi Jual Beli (Studi Kasus di Toko Cakochiku Fashion Boutique Jambi)	Tidak Diperbolehkan	Karena di dalamnya terdapat unsur <i>gharar</i> yaitu ketidaktransfaran dalam pemberian diskon menggunakan <i>member card</i> .
6	Amalia Hikmah	2017	Manfaat Sistem Diskon pada Pedagang Pakaian di Kota Palangkaraya Menurut Hukum Ekonomi Syariah		Dalam transaksi jual beli diskon dengan tidak menggunakan label diperbolehkan karena tidak membawa kepada hal yang diharamkan. Sedangkan ketika terdapat label harga pada suatu barang tersebut maka diragukan keabsahannya karena tidak adanya transparansi kebenaran pengurangan harga tersebut.
7	Febri Rohmat Habibi	2020	Tinjauan Hukum Islam terhadap Transaksi Jual	Tidak Diperbolehkan	Karena di dalamnya terdapat perbuatan mubadzir dan termasuk

			Beli Tebus Murah (Di Indomaret Turi Raya Al- Zaitun, Kecamatan Tanjung Senang, Kota Bandar Lampung)		ke dalam unsur <i>gharar</i> (ketidakjelasan)
8	Siti Amaliah Shofiatu n	2018	Tinjauan Sosiologi Hukum Islam terhadap Sistem Diskon Bunga Pinjaman Modal Usaha (Studi Kasus pada Gabungan Kelompok Tani di Desa Bendung, Kabupaten Gunungkidul)	Diperbolehkan	Karena di dalamnya terdapat pihak-pihak yang saling menguntungkan satu dengan yang lainnya
9	Bunga Oktalia	2019	Tinjauan Hukum Islam Tentang Hak Atas Diskon Pengiriman Barang dalam Jual Beli Online (Studi pada <i>Onlineshop</i> dan JNE Kotabumi Lampung Utara)	Dilarang	Karena di dalamnya terdapat unsur penipuan
10	Sari Yulianin gsih	2020	Analisis Hukum Islam terhadap Praktik Penetapan Diskon Tarif Bayar Listrik Masa Pandemi Covid-19	Diperbolehkan	Karena rukun dan syarat telah terpenuhi dan <i>tas'ir</i> yang dilakukan oleh pemerintah sudah sesuai dengan syarat-syarat tertentu

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan, yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis (Sugiyono, 2013).

### **B. Jenis Data**

Jenis penelitian terbagi menjadi dua, yaitu jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif. Adapun jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan.

### **C. Sumber Data**

Sumber data adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh. Sumber data pada sebuah penelitian terbagi menjadi dua bagian, yaitu sebagai berikut (Barlian, 2016): sumber data primer dan sumber data sekunder. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini akan menggunakan sumber data yang sesuai atau diperlukan untuk penelitian dalam meneliti permasalahan kajian. Penelitian ini akan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer yang digunakan yaitu Al-Qur'an, hadits, dan fiqh muamalah dan sumber data sekunder, yaitu berupa buku-buku, jurnal ilmiah, surat kabar online, dan sumber lainnya yang mendukung dalam penelitian ini.

### **D. Teknis Pengumpulan Data**

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dari buku-buku, artikel, jurnal ilmiah, surat kabar online, dan lain sebagainya yang mendukung pengumpulan data dalam penelitian ini. Di mana, dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan mengumpulkan semua informasi mengenai objek penelitian, terutama tentang aktivitas lembaga itu sendiri seperti catatan, buku-buku, majalah, dokumen, dan sebagainya dalam hal ini.

### **E. Analisis Bahan Hukum**

Analisis data merupakan dalam penelitian kualitatif, yaitu analisis data diuraikan dengan cara deskriptif menghubungkan berbagai pernyataan teori secara logis dengan fenomena atau fakta tertentu. Penulis berusaha mengidentifikasi tema-tema yang terdapat dalam rumusan masalah. Penulis menyusun gagasan pernyataan yang bersifat proposisi mengenai tema-tema tersebut. Gagasan pernyataan ini dibuat untuk memahami gejala yang sebelumnya tidak dimengerti. Penulis pun berusaha menunjukkan bahwa tema dan gagasan pernyataan penulis tersebut didukung data yang ditemukan dan pernyataan para ahli. Analisis data ini menyampaikan dua hal utama, yakni: (1) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan

rumusan permasalahan penelitian, dan (2) pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

Adapun tujuan analisis data adalah memberikan penjelasan dengan menyajikannya dalam suatu susunan yang sistematis, mengolah dan menafsirkan atau memaknai/menganalisis data yang diperoleh. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini secara umum dibedakan dalam tiga tahap, yaitu pengolahan data, deskriptif analisis, dan penafsiran/analisis data (Pedoman Penulisan Penelitian Bersama, 2021). Berdasarkan uraian di atas mengenai Analisis Bahan Hukum, maka penelitian ini akan menganalisis dengan cara deskriptif, yaitu dengan cara memaparkan dan menjelaskan tentang permasalahan penelitian dan menggunakan alat hukum untuk membahas permasalahan kajian dalam penelitian ini yaitu Hukum Islam.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Konsep Diskon dalam Hukum Islam**

Seiring dengan perkembangan teknologi dan pengetahuan. Semakin banyak pula kebutuhan manusia yang harus dipenuhi di antaranya kebutuhan sandang, pangan, dan papan dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya, manusia melakukan interaksi dengan sesama di lingkungannya. Salah satunya yaitu dalam hal jual beli (Putra et al., 2016). Jual beli merupakan suatu kegiatan di masyarakat yang dilakukan secara terus-menerus oleh seluruh manusia. Jual beli merupakan pertukaran harta dengan harta ataupun pertukaran suatu barang dengan barang untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan di dalamnya terdapat rukun-rukun, syarat-syarat yang harus dilakukan dalam pelaksanaannya agar sesuai dengan syariah Hukum Islam. Akan tetapi, dalam pelaksanaan jual beli belum tentu sesuai dengan Hukum Islam dikarenakan banyaknya para pelaku usaha adapula yang tidak mengetahui jual beli yang sesuai dengan Hukum Islam itu (Susiwati, 2007).

Konsep jual beli dalam Islam, yaitu jual beli yang membawa keuntungan dan manfaat untuk kedua belah pihak antara penjual dan pembeli. Keuntungan yang didapatkan oleh penjual salah satunya dengan cara penjualan jumlah barang yang banyak terjual banyak (Afida & Zamzami, 2020). Untuk mendapatkan penjualan yang meningkat, pada zaman sekarang ini banyak para pelaku usaha yang lebih mementingkan keuntungan individunya tanpa merujuk kepada pedoman Al-Qur'an dan Sunnah. Sehingga, banyak di antara para pelaku usaha yang lebih mengutamakan duniawinya. Mereka hanya mengutamakan keuntungan di dunianya tanpa mengharapakan keberkahan dari apa yang telah dikerjakannya (Shobirin, 2016). Selain itu dalam persaingan usaha antara perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya pun saling bersaing sehingga di antara banyak perusahaan tersebut berlomba-lomba untuk mempertahankan kualitas dari suatu produk yang dijualnya. Selain itu, dari persaingan ini mengakibatkan banyak para pengusaha yang menggiatkan sistem pemasarannya agar banyak para konsumen yang mengetahui dan membelinya di antara perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualannya agar dapat menghasilkan peningkatan terhadap penjualan produknya.

Salah satu cara yang banyak digunakan oleh para pelaku usaha, yaitu dengan cara memberikan potongan harga kepada para pembeli dengan cara menjual produk-produk yang murah, memberikan diskon secara besar-besaran agar minat dari para pembeli untuk membeli sebuah produk itu besar (Afida & Zamzami, 2020). Selain itu, terdapat dalam jurnal ilmiah Pengaruh Potongan Harga (*Discount*) terhadap Pembelian tidak Terencana



(*Impulse Buying*) dalam hasil survei yang telah dilakukan oleh AC Nielsen dalam majalah marketing 5, penduduk Indonesia termasuk ke dalam *Impluse Buylng* atau didefinisikan dengan tindakan membeli yang sebelumnya tidak disadari terlebih dahulu untuk memasuki toko. Sebesar 85% penduduk Indonesia yang berbelanja di Supermarket dan Hypermarket di beberapa kota besar seperti Bandung, Jakarta, dan Surabaya banyak di antara mereka yang selalu membeli sebuah produk dengan tidak direncanakan terlebih dahulu sebelumnya. Sedangkan, hanya 15% dari penduduk yang melakukan pembelian dengan terencana dan tidak terdorong untuk membeli produk tambahan lainnya. Maka dalam hal ini, masyarakat Indonesia termasuk ke dalam masyarakat yang suka berbelanja dengan tidak ada perencanaan sebelumnya. Sehingga, pada tempat perbelanjaan yang besar yang dijadikan sebuah tempat yang nyaman untuk keluarga, sebuah perusahaan memberikan potongan harga sangat menarik yang merupakan strategi dalam penjualan agar dapat tercipta *Impluse Buylng* dan meningkatkan jumlah penjualan tersebut (Baskara, 2015).

Adapun macam-macam diskon yang beredar dalam masyarakat seperti diskon yang terdapat pada Pasar Cendrawasih Kota Metro. Di pasar tersebut terdapat banyak toko yang menjual barang-barang yang sudah jadi, seperti penjualan pakaian pria, wanita, kemeja, sandal, sepatu, dan lain sebagainya. Jenis diskon yang digunakan itu merupakan diskon *cashback* dengan melakukan potongan harga berbatas waktu. Diskon *cashback* ini merupakan sebuah potongan harga yang diberikan melalui *account* dari masing-masing e-commers dan *cashback* ini bisa digunakan ketika akan melakukan pembelian selanjutnya. Selain menerapkan sistem diskon dengan menggunakan *cashback* di beberapa toko yang lainnya pun menerapkan sistem diskon dengan jenis diskon *plus*. Diskon *plus* merupakan potongan harga yang diberikan kepada pembeli yang besarannya terdapat dua macam. Diskon tersebut bertuliskan 50% + 20%, diskon ini bukan merupakan diskon 70% akan tetapi harga dari produk yang dibeli dikurangi diskon terlebih dahulu 50% dan dikurangi lagi 20%. Barang yang digunakan dengan menggunakan diskon *plus* ini, yaitu produk-produk *fashion* yang dijual pada toko di Pasar Cendrawasih (Saputro, 2018).

Diskon atau potongan harga merupakan pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli dengan harga yang telah ditetapkan dengan menggunakan fungsi pemasaran. Potongan harga merupakan strategi pemasaran untuk mengurangi produk yang tersimpan dan untuk meningkatkan penjualan dengan kategori tertentu. Sebagaimana yang telah disebutkan Syabbul Bachri Potongan harga atau diskon dalam terminologi Fikih Muamalah dikenal dalam istilah *fuqaba*, yaitu *al-naqis min al-tsaman* (pengurangan harga). Diskon juga disebut dengan istilah *khasm*. Adapun diskon dalam jual beli Islam di dalamnya terdapat akad *muwadla'ah* atau *Al-Wadli'ah*. Akad *muwadla'ah* merupakan bagian dari prinsip jual beli dari segi perbandingan harga jual dan harga beli. Jual beli *Muwadla'ah*, yaitu 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 bukannya sudah sangat rendah. Rukun dan syarat jual beli pada *bay muwadla'ah* sama seperti yang terdapat pada *bay murabahah* dengan tambahan yang terdapat pada keumuman jual beli. 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. 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 (Fajarwati, et al., 2019). Sebagaimana firman Allah SWT.:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (Q.S. An-Nisa (4): 29).

(Fatwa DSN MUI tentang Diskon dalam Murabahah) Adapun Fatwa DSN MUI Nomor 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam murabahah, yaitu: (DSN-MUI, n.d.)

1. (*tsaman*) dalam jual beli adalah suatu jumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak, baik sama dengan nilai (*qimah*) benda yang menjadi obyek jual beli, lebih tinggi maupun lebih rendah.
2. Harga dalam jual beli murabahah adalah harga beli dan biaya yang diperlukan ditambah keuntungan sesuai dengan kesepakatan.
3. Jika dalam jual beli murabahah LKS mendapat diskon dari *supplier*, harga sebenarnya adalah harga setelah diskon; karena itu, diskon adalah hak nasabah.
4. Jika pemberian diskon terjadi setelah akad, pembagian diskon tersebut dilakukan berdasarkan perjanjian (persetujuan) yang dimuat dalam akad.
5. Dalam akad, pembagian diskon setelah akad hendaklah diperjanjikan dan ditandatangani.

## B. Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Diskon dengan *Mark Up* Terlebih Dahulu

Metode penetapan harga dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu:

### 1. Metode Penetapan Berbasis Permintaan

Metode ini lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor-faktor seperti biaya, laba dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan yaitu: kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli), kemauan pelanggan untuk membeli, posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, yakni menyangkut apakah produk tersebut merupakan simbol status atau hanya produk yang digunakan sehari-hari, manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan, harga produk substitusi, pasar potensial bagi produk tersebut, sifat persaingan non harga, perilaku konsumen secara umum, dan segmen-segmen dalam pasar.

### 2. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Dalam metode ini faktor penentu yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran

yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga menutupi biaya-biaya langsung, biaya *overhead* dan laba.

### 3. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harga. Upaya ini dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi.

### 4. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain berdasarkan berbasis pada biaya, permintaan atau laba harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing (Tjiptono, 2009).

## KESIMPULAN

Artikel ini membahas mengenai tinjauan hukum Islam terhadap sistem diskon dengan *mark up* terlebih dahulu, di mana banyak sekali ditemui ditengah masyarakat sistem diskon yang potongan harganya sangat menarik. Adapun diskon menurut Islam pada dasarnya diperbolehkan apabila rukun dan syarat pada akad jual beli telah terpenuhi. Syarat-syarat tersebut di antaranya mengenai penjual dan pembeli telah melakukan jual beli dengan ridha dan sukarela, tanpa ada paksaan dan kedua belah pihak berkompeten dalam melakukan praktik jual beli, yakni dia adalah seorang mukallaf. 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.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, H. P. (2018). Diskon dalam Perdagangan Ditinjau dari Hukum Islam (Studi Kasus Penerapan Diskon pada Bisnis Clothing Sukoharjo).
- Aditiya, R. (2011). Jual Beli dalam Hukum Diskon. 02(13).
- Afida, A., & Zamzami, M. T. (2020). Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 8(02).
- Amirudin, C. (2020). Tinjauan Hukum Islam Mengenai Fenomena Selisih Harga pada Layanan Go-Food (Studi Kasus di Singkong Keju Argotelo Salatiga).
- Aryani, A. R. (2019). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Diskon dan Reward Point Ovo (Studi pada Aplikasi Grab Di Surakarta).
- Aulia, M. (2017). Penaikan Harga Makanan di Objek Wisata Pantai Lhoknga Menurut Pandangan Fiqh Muamalah.
- Barlian, E. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Sukabina Press.
- Baskara, I. B. (2015). Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian tidak Terencana (Impulse Buying) (Studi Pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Manajemen Bisnis*, 5(2).
- Bhinuko, M. H. (2021). Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Jual Beli Menggunakan Member Card di Indomaret Cipadung Bandung (Studi Kasus Di Indomaret Jl. Raya Cipadung No. 128 Cipadung Wetan Panyileukan Kota Bandung).
- Desriani. (2017). Tinjauan Hukum Islam Tentang Perbedaan Harga dalam Jual Beli Bahan Pokok Dengan Jumlah Banyak dan Sedikit.

- Dharmmesta, B. S. (2008). Strategi Penetapan Harga. *Liberti*.
- Dsn-Mui. (N.D.). Fatwa Dan Mui Nomor 16/Dsn-Mui/Ix/2000 Tentang Diskon dalam Murabahah. <https://Tafsirq.Com/Fatwa/Dsn-Mui/Diskon-Dalam-Murabahah>
- Evendi, M. S. (2015). Penggunaan Kartu Diskon dalam Transaksi Jual Beli Menurut Perspektif Fikih.
- Fajarwati, S. I., Surahman, M., & Maryandi, Y. (2019). Analisis Jual Beli dengan Diskon Menurut Fikih Muamalah Pada Distro Bloods Cabang Kota Sukabumi. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2).
- Farroh Hasan, A. (2018). *Fiqh Muamalah dari Klasik Sampai Kontemporer (Teori dan Praktek)*. Uin-Maliki Malang Press.
- Habibi, F. R. (2020). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Tebus Murah (Di Indomaret Turi Raya Al-Zaitun, Kecamatan Tanjung Senang, Kota Bandar Lampung).
- Hasan, D. S. (2018). Pemberian Diskon pada Jual Beli Sayuran di Pasar Cileungsi Bogor Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.
- Hikmah, A. (2017). Manfaat Sistem Diskon pada Pedagang Pakaian di Kota Palangkaraya Menurut Hukum Ekonomi Syariah.
- Huda, L. (2015). Penjual Naikkan Harga Sebelum Diskon, Kemendag Diminta Turun Tangan. *Tempo.Co*, Jakarta.
- Ikhsan, M. (2017). Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli dengan Sistem Diskon.
- Isnaini, A. (2005). *Model dan Strategi Pemasaran*. Ntp Press.
- Jalawida, S. (2019). Penetapan Harga Terhadap Jual Beli Makanan dengan Sistem Prasmanan dalam Perspektif Hukum Islam.
- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*. Kencana.
- Latifiyah, U. N. (2019). Pemberian Diskon dalam Transaksi Jual Beli Oli Menurut Hukum Islam (Studi Kasus di Toko Fadilah Oli Desa Duwet Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung).
- Mauliani. (2018). Dualisme Penetapan Harga pada Transaksi Jual Beli Sepatu Secara Grosir di Pasar Aceh Menurut Perspektif Hukum Islam.
- Maulina, D. (2017). Perspektif Hukum Islam Terhadap Sistem Discount Pakaian pada Matahari Mall Banda Aceh (Studi Terhadap Penetapan Harga dan Taghrirnya).
- Muriza, F. (2019). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Sparepart Bekas Kendaraan (Studi Kasus di Pasar Loak Lampaseh Aceh Banda Aceh).
- Noviana, M. (2018). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Penggunaan Member Card dalam Transaksi Jual Beli (Studi Kasus di Toko Cakochiku Fashion Boutique Jambi).
- Oktalia, B. (2019). Tinjauan Hukum Islam Tentang Hak Atas Diskon Pengiriman Barang dalam Jual Beli Online (Studi pada Onlineshop dan Jne Kotabumi Lampung Utara).
- Pedoman Penulisan Penelitian Bersama. (2021). STIS Husnul Khotimah.
- Pujiastuti, R. (2017). Tinjauan Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Sistem Promo (Studi Kasus Toko Jakarta Ponsel Salatiga).
- Puspitasari, F. (2018). *Apakah Diskon Itu? Buku Ktsp*.
- Putra, E. W., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 38(2).

- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(02).
- Rahayu, S. P. (2019). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Mark Up dalam Penetapan Harga Komoditas Kerajinan Perak (Studi Kasus di Kotagede Yogyakarta).
- Rahmat, S. (2006). *Fiqh Muamalah*. Pustaka Setia.
- Rasjid, H. S. (2016). *Fiqh Islam*. Sinar Baru Algesindo.
- Saputro, J. E. (2018). Pemberian Diskon dalam Pelaksanaan Jual Beli di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.
- Shobirin. (2016). Jual Beli dalam Pandangan Islam. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(2).
- Shofiatun, S. A. (2018). Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon Bunga Pinjaman Modal Usaha (Studi Kasus pada Gabungan Kelompok Tani di Desa Bendung, Kabupaten Gunungkidul).
- Siregar, H. S., & Koko, K. (2019). *Fikih Muamalah Teori dan Implementasi*. Pt Remaja Rosdakarya.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sudiarti, S. (2018). *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Febi Uin-Su Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Cv.
- Suryana. (2010). *Metode Penelitian Model Praktis Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Susiawati, W. (2007). Jual Beli dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2).
- Syaifullah. (2014). Etika Jual Beli dalam Islam. *Jurnal Studia Islamika*, 11(02).
- Tjiptono, F. (2009). *Manajemen Pemasaran (13th Ed.)*. Andi.
- Tjitrosudibio, S. (2004). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Pradnya Pramita.
- Toar, O., Herman, K., & Heince, W. (2017). Analisis Perbandingan Harga Jual Produk dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing dan Mark Up Pricing pada Dolphin Donuts Bakery. *Jurnal Emba*, 05(02).
- Yolandari. (2019). Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Penjualan Batu Bata di Desa Sinar Pagi Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur.
- Yulianingsih, S. (2020). Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Penetapan Diskon Tarif Bayar Listrik Masa Pandemi COVID-19.