

SKRIPSI

**PELAKSANAAN JUAL BELI BARANG DISKON PADA TOKO
RUMAH CASINGKU PAREPARE PERSPEKTIF EKONOMI
SYARIAH**



OLEH

TRISNA ANUGRAH RAMADHAN

NIM: 2120203860202051

PROGRAM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PARE PARE

2025

**PELAKSANAAN JUAL BELI BARANG DISKON PADA TOKO
RUMAH CASINGKU PAREPARE PERSPEKTIF EKONOMI
SYARIAH**



OLEH

TRISNA ANUGRAH RAMADHAN

NIM: 2120203860202051

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada
Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam
Negeri (IAIN) Parepare

PROGRAM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PARE PARE

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pelaksanaan Jual Beli Barang Diskon Pada
Toko Rumah Casingku Parepare Perspektif
Ekonomi Syariah
Nama Mahasiswa : Trisna Anugrah Ramadhan
NIM : 2120203860202051
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B-3970/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Ida Ilmiah Mursidin, M.Ag.
NIP/NIDN : 199206262020122026



Mengetahui
Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzdallifah Muhammadun, M.Ag.
NIP: 197102082001122002

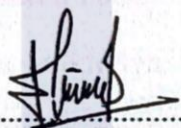
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pelaksanaan Jual Beli Barang Diskon Pada
 Toko Rumah Casingku Parepare Perspektif
 Ekonomi Syariah
Nama Mahasiswa : Trisna Anugrah Ramadhan
NIM : 2120203860202051
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Penguji : B-1531/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2025
Tanggal Kelulusan : 06 Mei 2025

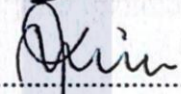
Disetujui Oleh

Ida Ilmiah Mursidin, M.Ag

(Ketua)

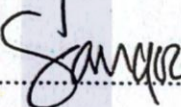
()

Prof. Dr. Hj. St. Aminah Azis, M.Pd (Anggota)

()

Ikhsan Gasali, M.Si

(Anggota)

()

Mengtahui

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
 NIP. 197102082001122002

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Alhamdullilahirabbilalamin, wabihi nastain wa ala umuriddunyah waddin washsholatu wassalamu ala asyrafil anbiayi walmursalin wa ala alihi washohbihi ajmain amma ba'ad.

Segala puji bagi Allah tuhan yang maha esa yang telah memberikan nikmat iman dan islam serta sholawat dan salam tak lupa kita kirimkan kepada junjungan kita nabi muhammad saw, nabi yang menjadi suri tauladan bagi seluruh umat manusia.

Dengan rahmat allah swt memungkinkan peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pelaksanaan Jual Beli Barang Diskon Pada Toko Rumah Casingku Parepare Perspektif Ekonomi Syariah” tepat pada waktunya. Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan gelar sarjana pendidikan (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua yang tercinta yaitu ibu Arfawati dan ayah Rudi yang selalu mendukung segala progres penulis dari awal kuliah hingga bertempur dengan skripsi yang dimana tanpa doanya penulis tidak mungkin mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga telah mendapat bimbingan yang banyak dari dosen pembimbing utama yaitu ibu Ida Ilmiah Mursidin, M.Ag. yang telah memberikan segala waktunya sehingga penulis bisa terus melanjutkan serta menyelesaikan skripsi ini.

Selanjutnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.

2. Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, beliau telah dengan tulus meluangkan waktu serta memberikan dedikasi yang tinggi dalam mendampingi proses pendidikan. Atas segala bentuk pengabdianya, beliau telah berhasil menciptakan lingkungan akademik yang kondusif dan penuh semangat, sehingga para mahasiswa dapat merasakan suasana belajar yang positif dan membangun.
3. Arwin, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, beliau telah banyak memberikan dorongan, arahan, serta bantuan yang sangat berarti bagi kami sebagai mahasiswa. Dukungan yang diberikan, baik secara akademik maupun moral, sangat membantu kami dalam menjalani proses perkuliahan dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan lebih baik. Kami merasa beruntung memiliki sosok pemimpin yang peduli dan selalu terbuka dalam membimbing mahasiswanya.
4. Segenap dosen fakultas ekonomi dan bisnis islam yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada mahasiswa.
5. Jajaran staf administrasi fakultas ekonomi dan bisnis islam yang telah bekerja keras dalam memberikan bantuan dan informasi kepada mahasiswa.
6. Kepada Kepala Perpustakaan IAIN Parepare, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan pelayanan yang telah diberikan selama proses penyusunan penelitian ini. Ketersediaan referensi yang relevan dan kemudahan akses terhadap berbagai sumber literatur sangat membantu penulis dalam mengembangkan dan memperdalam isi penelitian sesuai dengan topik yang diangkat. Dukungan dari pihak perpustakaan menjadi salah satu faktor

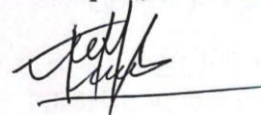
penting yang menunjang kelancaran penulisan ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.

7. Salah satu mahasiswi yang selalu membersamai progres penulis hingga akhir.
8. Prabowozikal owner dari Rumah Casingku yang selalu bersedia dalam memberikan informasi dan meluangkan waktu untuk membantu penelitian penulis.
9. Sahabat di kampus yang selalu mendukung dan membantu penulis.

Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik dalam bentuk semangat, doa, maupun bantuan materi selama proses penyusunan tulisan ini. Segala bentuk kebaikan yang telah diberikan menjadi kekuatan tersendiri bagi penulis untuk menyelesaikan karya ini hingga tuntas. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan tersebut dengan pahala yang berlipat ganda dan menjadikannya sebagai amal jariyah yang terus mengalir hingga akhir hayat.

Akhirnya, penulis bisa menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak tantangan, hambatan, dan tekanan yang harus dilewati. Semua itu bisa dilalui berkat dukungan, semangat, dan doa yang luar biasa dari berbagai pihak yang tak henti-hentinya memberikan motivasi. Penulis sangat bersyukur atas semua bantuan dan dorongan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.

Parepare, 21 Februari 2025



Trisna Anugrah Ramadhan
2120203860202051

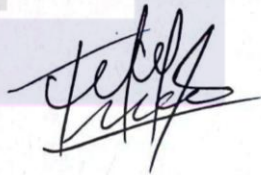
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Trisna Anugrah Ramadhan
Nim : 212020360202051
Tempat/Tgl Lahir : Parepare/ 11 November 2002
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pelaksanaan Jual Beli Barang Diskon Pada Toko Rumah
Casingku Parepare Perspektif Ekonomi Syariah

Dengan penuh kesadaran dan kejujuran, saya menyatakan bahwa seluruh isi dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini mengandung unsur duplikasi, tiruan, plagiat, atau ternyata dibuat oleh pihak lain baik sebagian maupun keseluruhan maka saya bersedia menerima segala konsekuensi yang berlaku, termasuk pembatalan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Parepare, 21 Februari 2025



Trisna Anugrah Ramadhan
NIM. 2120203860202051

ABSTRAK

Trisna Anugrah Ramadhan *Pelaksanaan Jual Beli Barang Diskon Pada Toko Rumah Caingku Parepare (Perspektif Ekonomi Syariah)* (Dibimbing oleh ibu Ida Ilmiah).

Skripsi ini mengkaji tentang pelaksanaan diskon di toko Rumah Casingku, sebuah toko yang bergerak di bidang aksesoris dan pelindung ponsel, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pelaksanaan mekanisme diskon di toko Rumah Casingku dan dampak seperti apa yang akan diberikan diskon di toko Rumah Casingku.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan untuk objek pada penelitian ini dilakukan di toko Rumah Casingku yang menerapkan diskon pada produknya, serta dengan subjek penelitian yaitu pemilik usaha dan konsumen, yang membeli produk diskon tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan terhadap pemilik toko Rumah Casingku dan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan 1. Bahwa Mekanisme jual beli barang diskon pada toko Rumah Casingku dilakuakn dengan dua cara yaitu, diskon musiman, diterapkan disetiap bulan khusus seperti bulan ramadhan dan tahun baru. Adapun diskon khusus pelanggan, diberikan hanya untuk langganan yang loyal. 2. Dampak strategi diskon pada toko Rumah Casingku berdampak positif dan negatif yang dimana dampak positif dari diskon yaitu, meningkatkan volume penjualan dan daya tarik konsumen, sehingga mendorong minat beli serta meningkatkan frekuensi kunjungan pelanggan dan mempercepat perputaran barang. Adapun dampak negatif dari diskon yaitu, berpotensi menurunkan margin keuntungan apabila dilakuakn tanpa pertimbangan. Dalam perspektif Islam, pemberian diskon diperbolehkan, selama dilakukan dengan prinsip kejujuran, dan tidak mengandung unsur penipuan atau gharar. Dalam pelaksanaan jual beli di toko Rumah Casingku menerapkan diskon sesuai dengan prinsip Syariah karna di dalam pemberian diskonnya tidak terdapat penambahan dan kecurangan, sehingga bisa dikatakan penetapan diskon yang dilakukan sejalan dengan prinsip ekonomi syariah.

Kata kunci : **Strategi, Diskon, Ekonomi, Syariah**

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	ii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	9
B. Tinjauan Teori	17
C. Kerangka Konseptual.....	25
D. Kerangka Pikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	28
C. Fokus Penelitian	28
D. Sumber Data.....	28
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Uji Keabsahan Data	31
G. Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Hasil Penelitian.....	33
B. Pembahasan	43
BAB V PENUTUP.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir	38
------------	----------------	----



TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	Tha	th	te dan ha
ج	Jim	j	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

1. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	a	A
إِ	Kasrah	i	I
أُ	Dammah	u	U

2. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
أَوْ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat	Nama	Huruf	Nama
---------	------	-------	------

dan Huruf		dan Tanda	
تَا / اِي	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
يِ	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ	dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ	:	māta
رَمَى	:	ramā
قِيلَ	:	qīla
يَمُوتُ	:	yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1. *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fatha, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
2. *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dngan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (*h*).

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	:	rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	:	al-madīnah al-fāḍilah atau al-madīnatul fāḍilah
الْحِكْمَةُ	:	al-hikmah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا	:	<i>Rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	:	<i>Najjainā</i>
الْحَقُّ	:	<i>al-haqq</i>
الْحَجُّ	:	<i>al-hajj</i>
نُعَمُّ	:	<i>nu‘ima</i>
عَدُوُّ	:	<i>‘aduwwun</i>

Jika huruf **ي** bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah, maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ	:	‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)
عَلِيٌّ	:	‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf **ل** (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ	:	<i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	:	<i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
الْفَلَسَفَةُ	:	<i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	:	<i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (") hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	:	<i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	:	<i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	:	<i>syai'un</i>
أَمْرٌ	:	<i>Umirtu</i>

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دَيْنُ اللَّهِ *Dīnullah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُوَ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi

Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur‘an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-FArabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd

Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan:Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

11. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta‘āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
بد	=	بدون
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة

بدون ناشر = بن

إلى آخرها / إلى آخره = الخ

جزء = ج

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia pada dasarnya merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Dalam menjalani kehidupan sehari-hari, manusia selalu membutuhkan interaksi dan kerja sama dengan sesamanya demi memenuhi kebutuhan yang tidak bisa dipenuhi secara individu. Kenyataan ini menunjukkan bahwa manusia saling bergantung satu sama lain, yang menjadi bagian dari konsep muamalah dalam Islam. Muamalah merupakan prinsip dasar yang mengatur hubungan sosial dan ekonomi antar manusia, dengan tujuan menjaga hak individu, menciptakan kemaslahatan bersama, serta menghindarkan dari kerugian atau kerusakan. Prinsip ini telah diatur secara rinci dalam syariat Islam yang mencakup hukum-hukum seperti halal, haram, makruh, dan mubah, yang menjadi pedoman dalam menjalani interaksi. Perdagangan menjadi bagian penting dari kehidupan manusia karena ia adalah bentuk paling mendasar dari interaksi ekonomi.

Jual beli merupakan salah satu bentuk transaksi ekonomi yang melibatkan pertukaran barang atau jasa dengan imbalan sejumlah uang. Dalam konteks hukum dan etika, jual beli harus dilakukan atas dasar kerelaan antara kedua belah pihak, yaitu penjual dan pembeli, serta memenuhi syarat-syarat tertentu seperti kejelasan objek transaksi, harga yang disepakati, dan kemampuan hukum dari pihak yang bertransaksi. Praktik jual beli menjadi dasar utama dalam kegiatan perdagangan, baik dalam skala kecil seperti pasar tradisional maupun dalam skala besar seperti perdagangan internasional.

Secara umum, tujuan utama dari jual beli adalah untuk memenuhi kebutuhan masing-masing pihak. Penjual memperoleh keuntungan dari barang atau jasa yang dijual, sementara pembeli mendapatkan manfaat dari barang atau jasa yang dibelinya. Dalam perkembangan zaman, sistem jual beli pun mengalami transformasi, mulai dari jual beli konvensional hingga ke sistem daring (online) yang mengandalkan teknologi digital. Meskipun demikian, prinsip dasar jual beli tetap mengedepankan kejujuran, transparansi, dan keadilan agar transaksi berjalan lancar dan tidak merugikan salah satu pihak.

Dalam perspektif Islam, perdagangan tidak hanya sekadar kegiatan jual beli, melainkan juga dianggap sebagai bentuk ibadah apabila dilakukan sesuai dengan aturan syariah. Islam memberikan landasan etis dan hukum dalam praktik perdagangan melalui Al-Qur'an dan hadis, yang menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, serta larangan terhadap praktik yang merugikan seperti riba. Dalam Surah Al-Baqarah ayat 275, Allah menegaskan bahwa jual beli diharamkan, sedangkan riba diharamkan, yang menjadi prinsip utama dalam menjaga integritas ekonomi dalam masyarakat Islam.¹

Sejarah mencatat bahwa praktik perdagangan telah ada sejak zaman kuno, dimulai dari sistem barter sebagai bentuk pertukaran barang antar individu. Dalam sistem ini, dua pihak sepakat untuk saling menukar barang yang mereka miliki berdasarkan kesepakatan nilai yang dianggap setara. Misalnya, seorang petani dapat menukar hasil panennya dengan daging dari seorang pemburu. Namun, sistem ini memiliki keterbatasan, terutama ketika kebutuhan masing-masing pihak tidak

¹ Endhar Widjaya Putra, Srikandi Kumadji, and Edy Yulianto, "Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Study Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon Di Matahari Department Store Pasar Besar Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 38, no. 2 (2016): 184–93.

seimbang atau sulit menentukan nilai yang adil dari barang yang dipertukarkan. Seiring berjalannya waktu, peradaban mulai mengembangkan sistem tukar-menukar dengan menggunakan barang-barang berharga sebagai alat tukar yang memiliki nilai umum, seperti logam mulia atau mata uang primitif.²

Memasuki era modern, praktik perdagangan menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Pesatnya kemajuan teknologi, derasnya arus globalisasi, dan perubahan signifikan dalam gaya hidup konsumen telah membawa transformasi besar dalam pola perdagangan, termasuk munculnya e-commerce, pemanfaatan aset digital seperti cryptocurrency, serta transaksi lintas batas negara. Dinamika ini menuntut adanya respons hukum Islam yang adaptif dan relevan dengan konteks kekinian. Para ulama kontemporer pun secara aktif menggali serta merumuskan fatwa dan interpretasi hukum yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah, guna memastikan bahwa nilai-nilai Islam tetap menjadi landasan utama dalam praktik ekonomi modern. Dengan demikian, aktivitas perdagangan tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi semata, tetapi juga memiliki dimensi spiritual sebagai bentuk ibadah yang mendatangkan keberkahan.

Perdagangan telah berevolusi menjadi sistem yang sangat maju dan terhubung secara global. Seiring dengan berkembangnya kapitalisme dan munculnya revolusi industri, aktivitas perdagangan antar negara mengalami lonjakan signifikan. Kemajuan teknologi informasi dan transportasi modern telah memungkinkan distribusi barang dan jasa melintasi batas geografis dengan kecepatan dan efisiensi tinggi. Perdagangan internasional kini menjadi tulang punggung pertumbuhan

² Model Pendekatannya, "Harmonisasi Hukum Perdagangan Internasional: Sejarah, Latar Belakang Dan Model Pendekatannya" 1, no. 10 (2016).

ekonomi global, memungkinkan negara-negara untuk saling memenuhi kebutuhan melalui pertukaran sumber daya yang tidak tersedia secara lokal.

Dari era pertukaran barang secara langsung atau barter hingga sistem perdagangan yang berbasis digital saat ini, perkembangan dunia dagang mencerminkan transformasi sosial dan ekonomi manusia. Aktivitas perdagangan tidak hanya memfasilitasi pemenuhan kebutuhan, tetapi juga mempererat hubungan antarbangsa dan memperkaya budaya melalui pertukaran ide, produk, dan nilai-nilai. Dengan terus berkembangnya teknologi, sektor ini akan terus beradaptasi, menjadi lebih efisien, dan tetap berperan krusial dalam mendorong kemajuan peradaban global.

Dalam konteks kehidupan manusia, kegiatan bisnis memegang peran vital karena menjadi sarana utama untuk memenuhi kebutuhan jasmani maupun rohani. Sifat kebutuhan manusia yang terus bertambah dan keinginannya yang tidak pernah habis membuat peran dunia usaha semakin sentral. Keanekaragaman jenis usaha, baik yang bersifat homogen maupun heterogen, menciptakan iklim persaingan yang dinamis antar pelaku bisnis. Persaingan ini penting sebagai pendorong inovasi dan peningkatan kualitas produk dan layanan, selama tetap menjunjung nilai kejujuran dan mengikuti aturan yang berlaku. Jika persaingan bisnis dilakukan secara curang atau merugikan pihak lain, maka hal tersebut tidak dibenarkan dalam perspektif moral maupun agama.³

Islam memberikan panduan yang jelas terkait jual beli, mulai dari rukun, syarat, hingga etika yang harus dijalankan. Tiga unsur utama yang wajib dipenuhi

³ Muammar Khadafi, Dina Madinah, and Euis Kurniasih, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon Dengan Mark Up Terlebih Dahulu," *Al Barakat - Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 1, no. 01 (2021): 45.

dalam proses transaksi adalah: pertama, kejelasan terkait barang seperti spesifikasi, ukuran, komposisi, dan kondisi fisik produk; kedua, barang yang diperjualbelikan harus halal menurut syariat; dan ketiga, tidak diperbolehkan menggunakan cara-cara manipulatif dalam promosi, seperti kebohongan atau penyesatan informasi. Praktik jual beli yang dijalankan dengan cara yang sah, jujur, dan suka sama suka merupakan bentuk muamalah yang diridhai oleh Allah SWT.

Konsep jual beli dalam ajaran Islam bukan semata soal keuntungan ekonomi, melainkan harus dilandasi dengan nilai-nilai spiritual, kemanusiaan, dan keseimbangan. Keuntungan yang diperoleh penjual seharusnya berasal dari hasil usaha yang sah dan proses transaksi yang etis. Banyak strategi yang digunakan pelaku usaha untuk menarik perhatian konsumen, salah satunya adalah dengan memberikan diskon besar atau potongan harga yang signifikan, sebagai bentuk promosi.

Tujuan utama dari pemberian diskon adalah untuk memperlancar arus kas dan menjaga siklus bisnis agar tetap sehat. Diskon dianggap sebagai pendorong psikologis yang kuat bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Bagi perusahaan, kebijakan ini merupakan alat strategis yang diharapkan mampu memberikan keuntungan jangka pendek maupun jangka panjang, tergantung pada perencanaan dan pelaksanaannya.

Meski demikian, penggunaan strategi diskon yang berlebihan juga memiliki dampak negatif. Ketergantungan pada potongan harga bisa mengikis citra merek, memicu perang harga dengan kompetitor, serta menciptakan ekspektasi konsumen yang tidak realistis terhadap harga produk. Jika tidak diimbangi dengan kualitas layanan dan produk yang memadai, konsumen bisa kehilangan kepercayaan dan

meragukan nilai barang. Oleh karena itu, pemberian diskon harus dilakukan dengan pertimbangan matang dan strategi pemasaran yang seimbang.⁴

Namun diadakannya strategi pemasaran melalui diskon yang berlebihan dapat menyebabkan berbagai hal yaitu: terlalu banyak penekanan pada harga, perang harga, memberi kesan yang salah di mata pelanggan, dampak negatif terhadap keuntungan, membeli barang dalam jumlah besar, dan memberi dampak negatif terhadap kualitas. Orang kadang beranggapan semakin banyak diskon yang diberikan maka semakin banyak pula konsumen yang tertarik. Namun jika pesaing melakukan penyesuaian dengan harga diskon yang ditawarkan, maka seorang pemberi diskon tidak hanya kehilangan keuntungan, akan tetapi konsumen juga akan tetap mengharapkan hasil layanan berkualitas tinggi dengan harga diskon secara terus-menerus. Pada tingkat tertinggi, memberikan diskon adalah strategi yang paling masuk akal jika dilihat dari perspektif pemasaran dan penjualan, terutama di saat keadaan omset sedang menurun

Toko “Rumah Casingku adalah toko yang bergerak dibidang penjual aksesoris ponsel lokasi dari toko terletak di Jl. Pancamarga toko ini telah beroperasi selama tiga tahun dan di toko tersebut melaksanakan strategi diskon sebagai salah satu cara untuk menarik pelanggan untuk meningkatkan penjualan. Potongan harga ditawarkan untuk semua jenis produk, baik barang baru maupun stok lama. Bahkan pembelian satu item pun tetap mendapatkan diskon. Namun, strategi ini belum mampu mendongkrak daya tarik konsumen secara signifikan. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah lokasi toko yang kurang strategis, berada di jalur

⁴ Afibatus Afida and M. Taufiq Zamzami, “Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu Di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga,” *J-HES: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 04, no. 2 (2020): 96–111.

kendaraan besar seperti truk, yang membuat toko sulit dilihat dan diakses dengan nyaman.

Pengalaman pribadi peneliti saat hendak membeli barang di toko tersebut menunjukkan bahwa lokasi toko memang kurang strategis. Hal ini disebabkan oleh posisi toko yang berada di jalur yang sering dilalui oleh kendaraan besar, yang membuat sangat jarang ada kendaraan yang berhenti untuk singgah. Kondisi ini tentu saja menambah tingkat bahaya bagi pengendara yang tiba-tiba ingin berhenti atau berbelok di area tersebut. Selain itu, peneliti juga mengalami sendiri membeli barang diskon dari toko tersebut, namun ternyata barang yang dibeli memiliki kecacatan atau kualitasnya berkurang, yang membuat peneliti merasa penting untuk menyelidiki lebih lanjut tentang bagaimana kriteria barang diskon di toko tersebut.

Berdasarkan teori diskon yang sudah dijelaskan sebelumnya, diskon biasanya diterapkan di suatu toko dengan berbagai alasan, seperti strategi penjualan untuk menarik pelanggan, stok barang yang menumpuk, atau untuk merayakan hari-hari besar tertentu. Diskon menjadi salah satu trik untuk membuat konsumen tertarik dan terdorong untuk membeli. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai fenomena diskon pada salah satu toko yang menjual casing di Parepare.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana mekanisme pelaksanaan jual beli barang diskon yang dilakukan di toko Rumah Casingku?
2. Bagaimana dampak strategi pelaksanaan diskon ditoko Rumah Casingku apakah berdampak atau tidak dan apakah sesuai dengan prinsip syariah.

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana pelaksanaan diskon pada toko Rumah Casingku.
2. Untuk mendeskripsikan tentang bagaimana dampak strategi pelaksanaan diskon ditoko Rumah Casingku apakah berdampak atau tidak dan apakah sesuai dengan prinsip syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan atau manfaat dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan tentang pemberian diskon yang adil dan sesuai dengan nilai-nilai islam. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan kajian bagi peneliti lainnya yang ingin mendalami hal yang berkaitan dengan jual beli barang diskon dalam perspektif islam.

2. Kegunaan Praktis

Bagi peneliti penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan. Penelitian ini memberikan teori dan penjelasan terkait dengan jual beli barang diskon dalam perspektif islam, agar kedepannya kita sebagai penjual lebih adil dan pintar-pintar dalam memberikan harga dan diskon kepada pembeli atau konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Berikut ringkasan penelitian relevan terkait dengan fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti, karena penelitian ini juga mengacu pada penelitian yang dilakukan sebelumnya.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Afibatus Afida dan Taufiq zamzami dengan judul penelitian "Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga". Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui perspektif hukum Islam terhadap praktik jual beli menggunakan diskon dengan berjangka waktu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, bertujuan untuk memahami keadaan atau fenomena, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dengan memanfaatkan beberapa metode alamiah. Dalam metode kualitatif yang biasa digunakan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif yaitu dengan usaha untuk mengetahui atau mendalami bagaimana praktik dalam menjalankan jual beli menggunakan diskon dengan batasan waktu di Ramayana kota Salatiga, bagaimana perspektif hukum Islam terhadap praktik jual beli menggunakan potongan harga (diskon) dengan berjangka waktu di Ramayana kota Salatiga.

Pengertian jual beli menurut Imam Nawawi, jual beli adalah tukar menukar barang atau sejenisnya. Al-Syarbini dalam kitab Mugni al-Mukhtaj mendefinisikannya sebagai berikut “pertukaran harta dengan harta dengan cara tertentu”. Berdasarkan pengertian di atas dapatlah disimpulkan bahwa jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar barang atau barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu dengan yang lainnya, atas dasar saling merelakan sesuai dengan ketentuan yang dibenarkan syara’. Objek dari jual beli berupa barang yang diperjual belikan dan uang pengganti barang tersebut. Hal ini berbeda dengan sewa menyewa atau ijarah yang objeknya berupa manfaat suatu barang atau jasa. Dalam perspektif hukum Islam yang mana didalam Al-Qur’an, hadis, dan fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia No. 110/DSN/MUI/IX/2017 menjelaskan bahwa pemberian diskon itu diperbolehkan, akan tetapi harus terhindar dari riba, penipuan, madharat, sehingga tidak merugikan salah satu pihak. Transaksi jual beli dalam pemberian diskon juga harus didasarkan pada prinsip “An Taradhin Minkum” yaitu kerelaan antara kedua belah pihak. Dalam praktik jual beli menggunakan diskon dengan berjangka waktu di Ramayana kota Salatiga, masih ada beberapa yang mengandung unsur Tadlis dan Gharar yaitu transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak berupa harga (memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar), serta adanya keraguan dan kebimbangan dalam keberadaan objek jual beli, ketidaktahuan sifat, ukuran, jenis, dan lain sebagainya. Sehingga Islam tidak memperbolehkannya,

karena didalamnya mengandung unsur penipuan dan merugikan beberapa konsumen sebagai pembeli.⁵

Adapun persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dan saat ini adalah persamaan dalam menganalisis mengenai penggunaan diskon dalam perspektif islam dalam praktik jual beli. Selain itu metode yang digunakan oleh peneliti terdahulu dan peneliti keduanya menggunakan metode yang sama. Perbedaan dari peneliti terdahulu yaitu, perbedaan penelitian yang dilakukan dapat dilihat dari objek yang akan dibahas oleh peneliti terdahulu, peneliti terdahulu membahas mengenai hukum praktik jual beli dalam perspektif islam, yang artinya objek peneliti terdahulu hanya mencakup hukum-hukumnya saja.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Giska Pradana dengan judul penelitian "Efektifitas Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli di Toko Widodo Perspektif Ekonomi Islam". Institut Agama Islam IAIN Metro. Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah efektifitas pemberian diskon dalam pelaksanaan jual beli pada toko widodo perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, sedangkan untuk objek pada penelitian ini dilakukan di toko widodo yang menerapkan diskon pada produknya, serta dengan subjek penelitian yaitu pemilik usaha, para karyawan toko dan para konsumen yang membeli produk diskon tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan terhadap pemilik, karyawan, dan konsumen toko widodo dan juga dokumentasi yang diambil dari kegiatan promosi yang dilakukan toko Widodo. Diskon merupakan

⁵ Afida and Zamzami. "Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga"

suatu strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha ataupun penjual agar dapat menaikkan penjualannya, dengan cara menerapkan berbagai jenis diskon seperti diskon tunai, diskon fungsional, diskon musim, maupun diskon kuantitas. Sedangkan dalam Islam praktik diskon diperbolehkan dengan syarat terhindar dari riba, penipuan, mudharat sehingga tidak merugikan salah satu pihak. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa diskon dapat menjadi alat yang efektif untuk memotivasi pembeli untuk meningkatkan pembelian sehingga dapat meningkatkan volume penjualan bagi penjual, namun perlu dilakukan dengan hati-hati untuk menghindari kerugian dan memastikan bahwa diskon efektif dalam mencapai tujuan awal sipenjual, dan juga metode pemberian diskon atau potongan harga dalam perspektif ekonomi Islam ini sudah sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip sesuai syariat Islam.⁶

Adapun persamaan dan perbedaan dalam penelitian tersebut yaitu keduanya menggunakan perspektif Islam, keduanya menggunakan metode kualitatif dan yang di bahas penelitian terdahulu juga mengenai diskon dengan perspektif islam. Perbedaan dari peneliti terdahulu yaitu obojek penelitian. Penerliti terdahulu meneliti pada toko jilbab dan peneliti saat ini meneliti pada toko casing handphone

3. Penelitian yang dilakukan oleh Widyawati dengan judul penelitian "Analisis Strategi Pemasaran Melalui Pemberian Diskon Pada Toko Aqila Fashion" Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran, penerapan strategi pemasaran, dampak penerapan strategi pemasaran, dan peningkatan pendapatan pada Toko Aqila

⁶ Sakinah Pokhrel, "Efektifitas Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Toko Widodo Pespekteif Ekonomi Islam," *Ayan* 15, no. 1 (2024): 37–48.

Fashion Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan dokumentasi dengan teknik pengolahan data. Potongan harga atau diskon dikenal dengan istilah fuqaha' dengan alnaqis min al-tsaman. Diskon dalam jual beli Islam terdapat pada akad muwadla'ah yaitu dimana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar. Hukum jual beli dengan menggunakan sistem potongan harga atau diskon dalam Islam adalah mubah atau diperbolehkan selagi tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti penipuan, merugikan konsumen, dan lain sebagainya. Hasil dari penelitian ini adalah, pelaksanaan strategi pemasaran melalui pemberian diskon di Toko Aqila Fashion telah dijalankan dan dalam pelaksanaannya sudah berjalan dengan baik seperti dengan dilakukan penyebarluasan informasi terkait produk-produk yang dijual pada media sosial seperti instagram, marketplace, dan story whatsapp. Pelaksanaan penerapan strategi pemasaran melalui diskon pada Toko Aqila Fashion terkait jumlah besaran diskon yang diberikan dari masing-masing produk dilakukan dengan berdasarkan hasil pertimbangan harga modal produk itu sendiri, di mana semakin rendah harga produk, maka semakin kecil pula pemberian diskon begitu pula sebaliknya.⁷

Adapun persamaan dan perbedaan peneliti terdahulu dan sekarang. Persamaan dalam penelitian tersebut yaitu keduanya menggunakan perspektif Islam, keduanya menggunakan metode kualitatif dan yang di bahas penelitian terdahulu juga mengenai diskon dengan perspektif islam. Perbedaan dari

⁷ Widyawati, "Analisis Strategi Pemasaran Melalui Pemberian Diskon Pada Toko Aqila Fashion," *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Pemberian Diskon Pada Toko Aqila Fashion*, 2023, 1–69.

penelitian terdahulu adalah tujuan dari penelitian yang akan di fokuskan, peneliti terdahulu fokus pada strategi pemasaran melalui diskon.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Devi Anggraeni dengan judul penelitian “Analisis Trend Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada pembeli produk di Toko Melstore Jkt Lampung)” Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh trend dan diskon dalam memutuskan sebuah pembelian oleh kosumen terhadap suatu produk yang diinginkan atau diminati oleh orang-orang yang mengerti tentang trend fashion serta pandangan Ekonomi Islam tentang keputusan pembelian yang dilakukan karena adanya trend dan diskon Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca, memahami, dan mencatat berbagai bacaan yang sesuai dengan pokok bahasan serta mencari data yang bersumber dari pemilik dan konsumen di Toko Melstore Jkt Lampung. Adapun sifat dari penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan deduktif yang berasal dari wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Non Probability Sampling dengan teknik Sampling Insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang itu kebetulan cocok sebagai responden. Fandy Tjiptono potongan harga atau diskon merupakan salah satu jenis dari promosi penjualan, potongan harga adalah pengurangan produk dari harga normal dalam periode tertentu. Diskon menjadikan salah satu strategi

bagi penjual untuk menarik perhatian konsumen dengan tujuan memancing konsumen untuk membeli dalam kuantitas besar atau dapat mengikat pembeli serta memberikan nilai ekonomis bagi pandangan masyarakat. Hasil dari penelitian ini adalah, setiap adanya trend dan diskon berpengaruh terhadap konsumen yang ingin melakukan pembelian produk, hal ini juga harus sesuai dengan kemampuan finansial yang dimiliki para pembeli. Memahami kebutuhan dan keinginan yang akan dipenuhi terlebih dahulu adalah hal yang harus dilakukan oleh setiap pembeli agar tidak menjadi konsumen yang konsumtif. Dalam islam pun dijelaskan bahwa sebagai manusia selalu berusaha keras untuk memperoleh apa yang menyenangkannya adapun trend dan diskon adalah kegiatan yang diperbolehkan oleh islam selagi tidak merugikan sesama penjual dan pembeli, sesuai dengan ketentuan syariat islam. Namun Allah SWT mengingatkan seharusnya manusia lebih keras lagi berusaha untuk memperoleh apa yang ada pada sisinya dan memanfaatkan harta hendaklah sejalan dengan petunjuk-petunjuk Allah SWT.⁸

Adapun persamaan dan perbedaan peneliti terdahulu dan sekrang. Persamaan dari peneliti terdahulu yaitu di dalamnya ada membahas diskon dan metode yang digunakan oleh keduanya juga sama. Perbedaan dari penulis terdahulu dapat kita lihat dari tujuannya yang di mana membahas tentang diskon mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli barang

5. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Mariati Hasyimi. Dengan judul penelitian "Diskon Penjualn Produk Orie Flame Dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan

⁸ Nurul L Mauliddiyah, "Analisis Trend Dan Diskon Dalam Keputusan Pembelian Fashion Dalam Prspektif Ekonomi Islam," 2021, 6.

Member Menurut Hukum Islam (Analisis Sistem Penetapan Harga Pada Produk MLM)" Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri AR-RANIRY DARUSSALAM Banda Aceh. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mekanisme diskon yang ditetapkan perusahaan Oriflame kepada member, bagaimana tingkat laba bagi member dalam penjualan produk Oriflame yang telah didiskon oleh manajemen Oriflame dan bagaimana sistem diskon pada penjualan produk Oriflame dalam perspektif Hukum Ekonomi Islam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan metode penelitian deskriptif analisis berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan member-member Oriflame dan konsumen. Menurut fatwa DSN No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam murabahah, harga dalam jual beli adalah sejumlah yang disepakati oleh kedua belah pihak baik dengan nilai benda yang menjadi objek jual beli dari yang lebih tinggi maupun yang lebih rendah. Dari pengertian penetapan dan harga diatas dapat disimpulkan bahwa penetapan harga adalah menetapkan atau penentuan sejumlah nilai terhadap suatu produk baik nilai benda yang menjadi objek jual beli lebih tinggi maupun lebih rendah. Hasil penelitian bahwa mekanisme diskon yang ditetapkan perusahaan kepada member berupa diskon 23%, diskon business class dan diskon welcome program, tingkat laba yang diperoleh member dalam penjualan produk Oriflame yaitu keuntungan sponsor, keuntungan penjualan, dan keuntungan bulanan, sistem diskon pada penjualan produk Oriflame dalam Hukum Ekonomi Islam ini dibolehkan karena memenuhi rukun dan syarat dalam jual beli.⁹

⁹ Sri Mariati Hasyimi, "Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Member Menurut Hukum Islam (Analisis Sistem Penetapan Harga Pada Produk MLM)," 2021.

Adapun persamaan dan perbedaan peneliti terdahulu dan sekarang. Persamaan keduanya yaitu di dalamnya juga membahas diskon dan keduanya menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari peneliti terdahulu adalah objek yang meluas, peneliti terdahulu meneliti penjualan produk orieflame dan pengaruhnya terhadap member, sedangkan peneliti saat ini objeknya ada pada diskon dalam perspektif

B. Tinjauan Teori

1. Price Discount (Potongan Harga)

a. Pengertian Price Discount

Strategi potongan harga atau price discount merupakan salah satu teknik pemasaran yang sering diterapkan oleh pelaku usaha dalam menarik minat konsumen. Dalam praktiknya, strategi ini melibatkan penawaran produk dengan harga yang lebih rendah dibandingkan harga normal, dengan tujuan menciptakan daya tarik lebih besar terhadap produk yang ditawarkan. Konsumen cenderung lebih tertarik membeli barang ketika mengetahui bahwa harga yang diberikan lebih murah dari biasanya, sehingga potongan harga menjadi alat efektif dalam menciptakan dorongan pembelian.

Secara umum, potongan harga didefinisikan sebagai pengurangan nilai jual suatu produk dalam jangka waktu tertentu. Menurut pandangan Kotler, potongan harga merupakan salah satu kebijakan perusahaan dalam menetapkan harga yang lebih rendah pada periode khusus untuk mendorong peningkatan penjualan. Strategi ini banyak digunakan dalam berbagai bentuk pemasaran, baik melalui platform daring maupun luring. Tujuan utama dari penerapan potongan harga adalah untuk

meningkatkan volume transaksi dengan menciptakan persepsi nilai yang lebih tinggi bagi konsumen terhadap produk yang dijual.

Sementara itu, Kotler dan Keller menjelaskan bahwa diskon adalah pengurangan harga yang diberikan secara langsung kepada konsumen saat melakukan pembelian dalam jumlah atau waktu tertentu. Diskon memiliki efek psikologis yang mampu merangsang keputusan pembelian, karena konsumen merasa mendapatkan keuntungan lebih. Tjiptono menambahkan bahwa diskon merupakan bentuk apresiasi dari penjual kepada pembeli atas aktivitas pembelian yang dianggap menguntungkan bagi pihak penjual. Berdasarkan berbagai pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa price discount merupakan sebuah kebijakan pemasaran yang dirancang untuk menurunkan harga produk dalam waktu terbatas, guna menarik perhatian dan meningkatkan tindakan pembelian konsumen secara cepat dan efektif.¹⁰

b. Jenis Price Discount (Potongan Harga)

Ada tiga macam bentuk diskon yaitu sebagai berikut:

1. Diskon Kuantitas

Diskon kuantitas adalah salah satu strategi pemasaran yang digunakan untuk memberikan potongan harga kepada pembeli dengan tujuan mendorong pembelian dalam jumlah besar. Penerapan diskon ini bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan secara keseluruhan dengan memberikan insentif kepada konsumen agar mereka membeli lebih banyak dari biasanya. Dengan meningkatnya jumlah pembelian, penjual dapat mempercepat perputaran stok dan meraih keuntungan yang lebih besar dari segi kuantitas. diskon kuantitas terdiri dari dua jenis, yaitu:

¹⁰ Cahya, Anca Dwiki, Nur Hajati, and Muhammad Ridwan Basalama. "Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Foto Bo Production)." E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen 9.02 (2020).

a) Diskon Kuantitas Kumulatif

Diskon ini diberikan kepada konsumen yang secara konsisten melakukan pembelian dalam kurun waktu tertentu, seperti bulanan atau tahunan. Potongan harga ini biasanya diberikan sebagai bentuk penghargaan terhadap loyalitas pelanggan yang rutin melakukan transaksi dalam jangka panjang, sehingga mendorong hubungan bisnis yang berkelanjutan antara penjual dan pembeli.

b) Diskon Kuantitas Non Kumulatif

Diskon kuantitas non-kumulatif merupakan potongan harga yang hanya berlaku untuk satu transaksi pembelian dalam jumlah besar. Diskon ini tidak mempertimbangkan riwayat pembelian sebelumnya maupun pembelian selanjutnya. Tujuannya adalah untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian dalam volume besar pada satu waktu tertentu, meskipun mereka belum tentu melakukan pembelian lanjutan di masa mendatang.

2. Diskon Musiman

Diskon musiman merupakan bentuk potongan harga yang diberikan hanya pada periode-periode tertentu yang biasanya terkait dengan musim atau momen khusus, seperti hari raya, akhir tahun, atau musim liburan. Diskon ini dimaksudkan untuk merangsang pembelian barang yang mungkin belum diperlukan saat ini, namun akan berguna di masa depan. Strategi ini sangat efektif untuk mengosongkan stok musiman dan mengatur alur distribusi barang secara efisien.¹¹

3. Diskon Kas (Cash Discount)

Diskon kas adalah bentuk insentif yang diberikan kepada pembeli apabila mereka melakukan pembayaran secara tunai atau melunasi pembayaran dalam waktu yang

¹¹ Habibah, Habibah. Analisis Strategi Potongan Harga (Diskon) untuk Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mezora Cabang Pamekasan. Diss. Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020.

telah disepakati. Potongan harga ini bertujuan untuk mempercepat arus kas bagi penjual, sekaligus mengurangi risiko piutang tak tertagih. Diskon ini biasanya digunakan dalam transaksi bisnis antar perusahaan atau grosir, di mana kepastian pembayaran menjadi faktor penting dalam kelangsungan usaha.

c. Tujuan Price Discount (Potongan Harga)

Tujuan pemberian potongan harga (price discount) adalah:

- 1) Efektifitas diskon, untuk mengetahui seberapa besar dampak dari diskon yang diberikan ke konsumen.
- 2) Meningkatkan kuantitas pembelian, dengan diberikannya diskon dapat mempengaruhi jumlah barang yang akan dibeli oleh konsumen.
- 3) Harga, adanya diskon yang diberikan langsung dapat mengurangi jumlah pengeluaran konsumen.
- 4) Mengikat konsumen, pemberian diskon dapat mengikat konsumen supaya membeli produk yang diberikan diskon.

d. Konsep potongan harga dalam tinjauan syariah

Di era saat ini, strategi promosi produk tidak lagi hanya menonjolkan keunggulan kualitas semata. Persaingan harga justru menjadi faktor dominan yang sangat memengaruhi minat konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Harga, sebagai salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran (marketing mix), kini bertransformasi menjadi alat promosi yang kuat, sering dijadikan senjata dalam kampanye iklan dan persaingan antar produsen untuk menarik perhatian pasar.¹²

Salah satu bentuk promosi yang paling sering digunakan oleh pelaku usaha adalah potongan harga atau price discount. Jenis promosi ini sangat mudah ditemui di

¹² Nawawi, Mukamat Fais. Peran Strategi Diskon Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kediri). Diss. IAIN Kediri, 2023.

berbagai pusat perbelanjaan modern seperti supermarket dan pusat perbelanjaan besar. Namun, dalam pelaksanaannya, promosi semacam ini harus tetap memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis yang sehat, agar tidak merugikan pihak konsumen. Dalam pandangan Islam, etika bisnis memiliki dasar yang kuat pada nilai-nilai kebenaran, keadilan, dan kejujuran. Prinsip-prinsip ini berfungsi sebagai pengingat dan pengendali agar setiap transaksi berlangsung adil, tidak ada pihak yang dirugikan, serta menciptakan kepercayaan dalam hubungan bisnis.

Pelaku usaha yang menawarkan diskon semestinya tidak menyamarkan harga sebenarnya dengan berbagai syarat tersembunyi atau menjadikan label diskon sebagai trik semata. Tidak jarang ditemukan praktik yang menyesatkan, di mana produk diberi label “diskon besar” padahal harga tersebut sebenarnya adalah harga normal yang dibungkus dengan label promosi untuk memikat konsumen. Tindakan seperti ini bukan hanya melanggar etika pemasaran, tetapi juga bertentangan dengan nilai-nilai moral dan agama yang mengedepankan kejujuran dalam bertransaksi. Sebab itu, transparansi dalam memberikan potongan harga sangat penting untuk menjaga integritas dan kepercayaan dalam dunia bisnis.¹³

2. Teori Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dapat didefinisikan sebagai serangkaian rencana dan tindakan sistematis yang dirancang untuk mempromosikan serta menjual produk atau layanan secara maksimal. Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara memperkenalkan nilai produk kepada pasar sasaran

¹³ Ramadiansyah, Sahri Aflah, I. Putu Dharmawan Pradhana, and Putri Ekaresty Haes. "PENGARUH DISKON DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN" *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 4.3 (2024): 851-858.

secara efektif. Dalam konteks yang lebih luas, strategi pemasaran juga mencakup semua langkah perusahaan untuk mencapai target bisnisnya, karena daya tarik produk sangat bergantung pada seberapa banyak orang yang mengetahuinya.¹⁴

a. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran

Secara garis besar ada 4 fungsi strategi pemasaran, diantaranya:

1) Meningkatkan Motivasi untuk Melihat Masa Depan

Peran strategi pemasaran sangat krusial dalam mendorong manajemen untuk memiliki pandangan yang visioner dan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan zaman. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan dinamis, perusahaan tidak hanya dituntut untuk mengikuti tren pasar, tetapi juga harus mampu menciptakan inovasi yang membedakan mereka dari pesaing. Inovasi inilah yang akan menjadi pembeda utama dalam mempertahankan eksistensi bisnis jangka panjang.

2) Koordinasi Pemasaran yang Lebih Efektif

Setiap organisasi atau perusahaan, terlepas dari ukuran dan sektor usahanya, pasti memiliki pendekatan pemasaran yang berbeda-beda. Strategi tersebut menjadi pedoman utama dalam menentukan arah operasional perusahaan serta membentuk pola kerja yang terkoordinasi dan efisien. Tanpa adanya strategi yang jelas, arah gerak perusahaan bisa menjadi tidak terstruktur, sehingga tujuan sulit untuk dicapai secara maksimal.

3) Merumuskan Tujuan Perusahaan

Bagi para pelaku usaha, penting untuk memiliki gambaran yang konkret mengenai arah dan sasaran perusahaan mereka. Dengan adanya strategi pemasaran

¹⁴ Marissa Grace Haque-fawzi et al., *Strategi pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*, Pascal Books, 2022.

yang terencana, pelaku usaha dapat merumuskan tujuan-tujuan spesifik yang hendak dicapai, baik dalam jangka pendek seperti peningkatan penjualan tahunan, maupun dalam jangka panjang seperti ekspansi pasar atau penguatan brand.

4) Pengawasan Kegiatan Pemasaran

Lebih dari sekadar alat untuk meraih keuntungan, strategi pemasaran juga berfungsi sebagai tolok ukur pencapaian kinerja anggota tim perusahaan. Dengan adanya standar kerja yang jelas, proses evaluasi terhadap efektivitas kerja akan menjadi lebih terarah. Ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap aktivitas tim dengan lebih mudah dan memastikan bahwa kualitas serta produktivitas tetap dalam jalur yang optimal.¹⁵

Secara umum, setidaknya ada 4 tujuan strategi pemasaran, diantaranya adalah:

- 1) Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam pemasaran
- 2) Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan
- 3) Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran.
- 4) Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran.

Salah satu yang memberi potensi besar dalam keputusan pembelian salah satunya adalah diskon, pengaruh diskon memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen, terutama karna menawarkan potensi penghematan dari harga normal.¹⁶

¹⁵ Hendrawati, "Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online Dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam," *Jurnal Akuntansi* 11 (2017).

¹⁶ Muhammad Afifuddin, M. Ridwan Basalamah, and Budi Wahono, "Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus

b. Strategi Pemasaran Dalam Sistem Syariah

Dalam prinsip pemasaran berbasis syariah, terdapat empat pilar utama yang bersumber dari sifat-sifat wajib Rasulullah SAW, yaitu fathanah, amanah, siddiq, dan tabligh. Keempat sifat ini menjadi fondasi yang harus diimplementasikan dalam strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Fathanah, yang berarti cerdas, bijaksana, dan memiliki kecerdikan, merupakan sifat penting yang wajib dimiliki oleh seorang pemasar. Pemasar yang fathanah mampu menjelaskan produk dengan gamblang, memahami kebutuhan pasar, serta merumuskan strategi yang efektif dan tepat sasaran guna meraih tujuan pemasaran yang optimal.

Amanah, yang mencerminkan kepribadian yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Dalam konteks bisnis, seorang pemasar yang amanah merupakan aset berharga bagi perusahaan karena mampu menjaga integritas dalam menjalankan tugas, menyelesaikan pekerjaan secara profesional, dan menjaga rahasia serta kepercayaan dari perusahaan maupun pelanggan. Sifat amanah ini berkontribusi besar dalam menciptakan reputasi perusahaan yang solid dan terpercaya, yang pada akhirnya berdampak positif pada perkembangan usaha.

sifat siddiq, yang berarti jujur dan benar. Dalam dunia pemasaran, kejujuran atau integritas adalah kualitas utama yang tidak bisa ditawar. Pemasar yang menjunjung tinggi nilai siddiq akan menyampaikan informasi produk secara transparan, tanpa manipulasi atau tipu daya. Kejujuran ini akan menumbuhkan rasa percaya dari konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, dan membuka pintu keberkahan dalam usaha. Integritas dalam berkomunikasi dan dalam setiap langkah pemasaran menjadi pondasi kesuksesan jangka panjang

Sifat keempat adalah tabligh, yang berarti menyampaikan atau menginformasikan. Dalam praktik pemasaran, tabligh mengacu pada kemampuan menyampaikan pesan secara efektif kepada calon konsumen. Seorang pemasar dituntut untuk mampu menjelaskan keunggulan maupun kekurangan produk secara jujur, sehingga konsumen dapat mengambil keputusan yang tepat. Penyampaian informasi ini harus tetap berlandaskan tiga sifat sebelumnya—fathanah, amanah, dan siddiq agar proses komunikasi berjalan harmonis, transparan, dan mendatangkan kepercayaan publik terhadap produk maupun perusahaan.¹⁷

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan teoritis diatas dapat dipahami bahwa:

1. Price Discount(Potongan Harga)

Potongan harga merupakan pemotongan harga suatu produk dari harga normalnya pada periode tertentu, sementara itu menurut Kotler menyatakan potongan harga adalah kebijakan pemotongan harga terhadap produk dalam periode tertentu untuk meningkatkan penjualan.

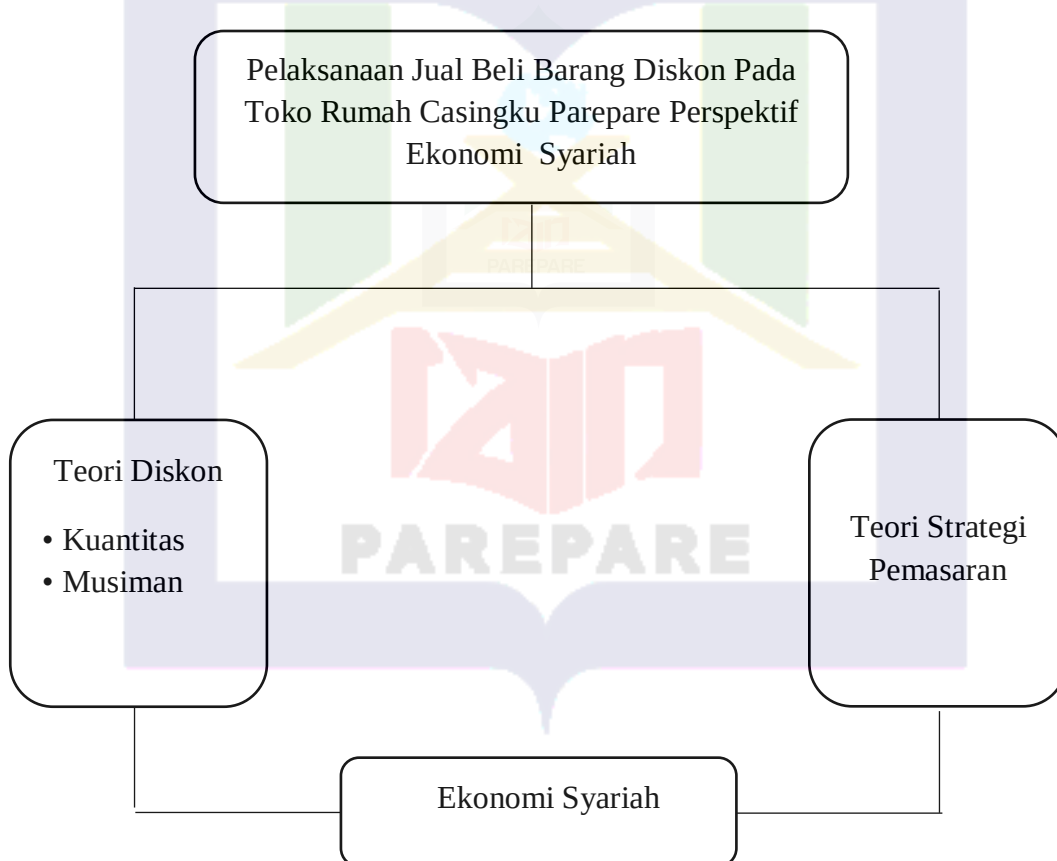
2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.

¹⁷ Dessy Kartika Yudityawati and Hadiah Fitriyah, “Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Manajemen Dan Binis Indonesia* 08, no. 01 (2022): 42–48.

D. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir ini dimaksudkan sebagai landasan sistematis berpikir dan mengurangi masalah-masalah yang dibahas dalam proposal ini. Gambaran mengenai “Pelaksanaan Jual Beli Barang Diskon Pada Toko Rumah Casingku Parepare Perspektif Ekonomi Syariah” dalam penelitian ini menggunakan dua teori yaitu teori diskon dan teori strategi pemasaran. Dalam teori diskon ada dua yaitu kuantitas dan musiman dan kemudian di analisis menggunakan ekonomi syariah Untuk memudahkan dalam memahami penelitian ini, penulis membuat skema kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 3.1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini digunakan oleh peneliti untuk memahami secara mendalam bagaimana praktik penjualan barang diskon yang dilakukan di Toko Rumah Casing Parepare. Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya menjelaskan, menganalisis, serta memahami fenomena yang terjadi di lapangan. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang artinya peneliti menggali data dari lapangan dan kemudian menyusunnya dalam bentuk penjelasan yang sistematis.

Pendekatan kualitatif dipilih karena jenis penelitian ini tidak mengandalkan data berupa angka seperti pada penelitian kuantitatif. Sebaliknya, data yang dikumpulkan berasal dari hasil wawancara, pengamatan langsung, dokumen pribadi, maupun catatan-catatan penting lainnya. Alasan peneliti memilih pendekatan ini adalah untuk mendalami dan menjawab rumusan masalah dengan lebih komprehensif. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha mengumpulkan informasi dan fakta terkait praktik penjualan barang diskon di Toko Rumah Casing dengan mengandalkan data verbal yang diperoleh dari wawancara maupun observasi langsung di lapangan. Oleh karena itu, metode kualitatif dianggap paling tepat untuk digunakan dalam penelitian ini.¹⁸

¹⁸ Zakariah, Afriani, and Zakariah, "Metodelogi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development.," 2020, 157–65.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan di laksanakan di toko Rumah Casingku, yang berlokasi di Kota Parepare, Jalan Pancamarga, Ujung Bulu Kecamatan Ujung.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dalam waktu kurang 3 bulan lamanya.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pelaksanaan Jual Beli Barang Diskon Pada Toko Rumah Casingku Parepare Perspektif Ekonomi Syariah. Serta mengkaji bagaimana mekanisme pelaksanaan jual beli barang diskon diterapkan dalam praktik bisnis, serta untuk menganalisis dampak dari strategi diskon yang diterapkan dengan menggunakan teori diskon dan strategi pemasaran.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder

1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Informan yang akan di wawancarai sebanyak delapan orang, antara lain yaitu konsumen enam orang, pegawai satu, dan kepala toko Rumah Casingku.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang sudah tersedia sebelumnya dan biasanya tersaji dalam bentuk dokumen. Contohnya bisa berupa data statistik daerah, artikel ilmiah, jurnal, maupun buku-buku yang relevan. Data sekunder ini digunakan

sebagai pelengkap untuk memperkaya informasi yang diperoleh dari data primer, sekaligus memberikan landasan teori dan referensi yang mendukung pembahasan dalam penelitian ini.¹⁹

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti terjun langsung ke lokasi untuk melakukan penelitian dan mengumpulkan data yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Proses pengumpulan data merupakan langkah krusial dalam setiap penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.²⁰

1. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan terhadap objek yang menjadi fokus penelitian. Dalam hal ini, observasi dilakukan untuk memberikan gambaran nyata mengenai perilaku atau kejadian yang terjadi di lapangan. Pengamatan ini membantu peneliti memahami lebih dalam tentang perilaku manusia, menjawab pertanyaan yang muncul selama penelitian, serta melakukan evaluasi terhadap berbagai aspek yang diamati. Observasi juga mencakup pencatatan secara sistematis mengenai gejala atau fenomena yang tampak pada objek yang sedang diteliti..²¹

Dalam hal ini peneliti melakukan observasi singkat pada toko Rumah Casing, peneliti melihat ada beberapa barang yang didiskon pada toko tersebut, seperti casing handphone, pendengar musik, antigores karet, dan charger handphone

¹⁹ Aliran Sekunder et al., “Apriansyah.S,” 2023.

²¹ Sita Nurmasitah, Uchiyah Achmad, and Wulansari Prasetyaningtyas, “Pengembangan Model Pembelajaran Penyusunan Proposal Penelitian Untuk Meningkatkan Keterampilan Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa,” *Teknobuga* 5, no. 2 (2017): 66–73.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara dalam mengumpulkan data dengan berbicara langsung kepada narasumber, baik secara tatap muka maupun melalui media lain seperti telepon, internet, ataupun surat menyurat.²²

Dalam hal ini, narasumber atau informan memiliki hak sepenuhnya untuk terlibat secara sukarela. Sebelum proses wawancara dimulai, peneliti akan terlebih dahulu menjelaskan maksud dan tujuan dari penelitian yang dilakukan. Jika informan bersedia, maka mereka akan diminta untuk menandatangani lembar persetujuan sebagai bentuk kesediaan. Namun demikian, informan tetap memiliki hak penuh untuk menolak atau menghentikan wawancara kapan saja jika merasa tidak nyaman, ataupun menolak menjawab pertanyaan yang dianggap tidak sesuai. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan terhadap pemilik toko, karyawan, dan juga pembeli yang pernah bertransaksi di Toko Rumah Casing.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan bukti atau informasi melalui dokumen-dokumen, baik dalam bentuk tulisan, gambar, maupun media elektronik. Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan menyimpan bukti percakapan hasil wawancara serta gambar-gambar yang berkaitan dengan kegiatan di lapangan. Bukti dokumentasi yang digunakan bisa berupa foto suasana toko, tangkapan layar dari percakapan selama wawancara, atau dokumen lain yang menunjukkan interaksi antara peneliti dan narasumber. Dokumentasi ini penting sebagai pelengkap data observasi dan

²² Farida Daniel and Prida Taneo N.L., “Analisis Kesulitan Mahasiswa Dalam Menyusun Proposal Penelitian,” *Jurnal Pendidikan Matematika Indonesia* 4, no. September (2019): 79–83.

wawancara untuk memperkuat temuan yang diperoleh selama proses penelitian berlangsung.²³

Peneliti akan mengambil gambar berupa bukti pembelian, dan barang yang di beli oleh costumer dan juga peneliti berencana mengambil gambar dari produk yang diberi diskon pada toko yang akan di teliti oleh peneliti sebagai bukti.

F. Uji Keabsahan Data

Sebelum masuk ke tahap analisis data, peneliti terlebih dahulu memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar dapat dipercaya. Proses ini disebut dengan uji keabsahan data. Dalam penelitian ini, uji keabsahan dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu uji kepercayaan (credibility) dan uji kepastian (confirmability). Tujuan dari uji kredibilitas adalah untuk memastikan bahwa proses pengumpulan data dilakukan dengan cara yang benar sehingga hasilnya dapat dipercaya. Selain itu, uji ini juga bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana hasil temuan penelitian mencerminkan kenyataan di lapangan, dengan cara menunjukkan bukti bahwa informasi yang dikumpulkan benar-benar sesuai dengan fakta yang ada.²⁴

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini mengikuti tahapan yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana. Prosesnya meliputi tiga langkah utama, yaitu merangkum atau menyederhanakan data (reduksi data), menata dan menyajikan data dalam bentuk yang mudah dibaca dan dipahami (penyajian data), serta menarik

²³ Rahayu Fitriana, "Wawancara (Interview) Wawancara (Interview) Adalah Salah Satu Teknik Pengumpulan Data Yang Pelaksanannya Bisa Dilakukan Secara Langsung Bertatap Muka (Face to Face) Dengan Orang Yang Diwawancarai (Interview) Atau Secara Tidak Langsung Seperti Melalui Telf," *Procedia Manufacturing* 1, no. 22 Jan (2014): 1–17.

²⁴ Tugas Resume, Ujian Akhir, and Semester Uas, "Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (Stain) Sorong Tugas Resume Ujian Akhir Semester (Uas)," n.d.

kesimpulan berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan dan dianalisis (penarikan kesimpulan). Ketiga langkah ini dilakukan secara berkelanjutan selama proses penelitian berlangsung, bukan hanya di akhir.²⁵

Cara menganalisis data dilakukan dengan mengelompokkan informasi yang diperoleh ke dalam kategori tertentu sesuai tema penelitian. Setelah itu, data dijabarkan menjadi bagian-bagian yang lebih rinci agar lebih mudah dipahami. Data yang dianggap penting dipilih dan disusun secara sistematis agar sesuai dengan fokus permasalahan yang diteliti. Langkah ini memudahkan peneliti untuk menarik makna dan menyimpulkan hasil akhir penelitian secara jelas dan logis.

²⁵ Jogyanto Hartono, “Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021, 1–29.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Menurut hasil wawancara peneliti dan penjaga toko ada dua mekanisme tentang pelaksanaan jual beli barang diskon di toko Rumah Casingku salah satunya memberi diskon bulanan kepada konsumen dan memberikan diskon kepada konsumen yang membeli barang sebanyak lima kali. Seperti yang kita ketahui diskon adalah pengurangan harga secara langsung terhadap produk tertentu pada periode waktu tertentu, serta pemberian potongan harga yang diberikan penjual kepada pembeli. Diskon merupakan strategi pemasaran yang sangat umum digunakan kalangan pebisnis dan banyak kita jumpai disekitar kita. Pemberian diskon dapat menjadi daya tarik bagi pelanggan, meningkatkan volume penjualan, serta membantu toko dalam mengelola stok produk. Namun dalam perspektif Islam, penerapan diskon harus dilakukan dengan prinsip kejujuran dan keadilan agar tidak merugikan salah satu pihak dalam transaksi.

Pada bagian ini peneliti akan meneliti penerapan diskon pada toko Rumah Casingku, alasan dibalik penerapan strategi diskon, serta mencari tahu seberapa efektif strategi diskon dan kesesuaiannya dengan prinsip Islam.

1. Mekanisme pelaksanaan jual beli barang diskon yang dilakukan di toko Rumah Casingku

Salah satu strategi bisnis yang diterapkan oleh pelaku bisnis yaitu diskon. Diskon dijalankan dengan tujuan untuk memutar perputaran uang perusahaan agar

tetap terjaga. Apabila perusahaan dapat membiayai biaya operasional dan biaya tenaga kerja maka perputaran uang akan tetap dinamis.

Akan ada dua pihak yang akan terlibat transaksi perdagangan yaitu pihak penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang dan pihak pembeli sebagai pihak yang menerima barang, sebelum adanya transaksi kedua belah pihak harus mempunyai kesepakatan mengenai harga dari barang yang diperjual belikan serta syarat lainnya, termasuk diskon. Diskon adalah salah satu cara yang dipergunakan perusahaan untuk menarik minat pembeli.

Diskon adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Diskon merupakan hasil pengurangan dari harga dasar atau harga terdaftar yang pengurangannya bisa berbentuk harga yang dipotong atau kompensasi seperti adanya barang gratis. Diskon merupakan potongan tunai yang ditawarkan kepada pelanggan yang membeli beberapa barang secara kredit. Diskon adalah potongan terhadap harga penjualan yang telah disetujui apabila pembayaran dilakukan dalam jangka waktu yang lebih cepat dari jangka waktu kredit.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data salah satunya dengan cara mewawancarai narasumber yang berkaitan dengan penelitian, mendapatkan hasil seperti berikut.

Pada saat wawancara dengan owner toko yaitu bapak Prabowozikal, dan konsumen atau pelanggan yang membeli pada toko tersebut terkait pelaksanaan strategi pemasaran pada semua produk pada toko Rumah Casingku diberikan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan hal tersebut seperti pada pertanyaan mengenai apa ada kategori produk tertentu yang lebih sering diberi diskon? Mendapatkan tanggapan dari owner toko seperti berikut:

“kami menerapkan diskon untuk semua produk baik itu yang masih baru maupun sudah lama.”²⁶

Lalu pada pertanyaan mengenai apa tujuan anda dalam memberikan diskon? Apakah untuk meningkatkan penjualan, menghabiskan stok barang lama atau menarik minat pembeli? Mendapatkan tanggapan dari owner toko Prabowozikal seperti berikut:

“dari yang adek sebutkan semuanya masuk, untuk menarik pelanggan, meningkatkan penjualan, menghabiskan stok barang lama ataupun masi baru, dan meningkatkan loyalitas dari pelanggan, karna ada banyak penjual aksesoris handphone juga di parepare, mau tidak mau kita juga harus ikut bersaing karna banyak toko yang terkenal dan tempatnya juga strategis, kalo mau di ingat tokota sama pelanggan usahakan kasi puas pelanggan dengan barang yang kita jual dan harga yang sesuai dengan dompetnya, jangan pikir ruginya dulu, tapi pikir bagaimana caranya pelanggan merekomendasikan toko ini ke temannya”

Dari hasil wawancara, pemilik toko memberikan diskon kesemua barang yang ada baik itu masih baru maupun yang sudah lama, dan adapun tujuan dari owner memberikan diskon yaitu untuk meningkatkan penjualan agar konsumen tidak hanya membeli satu barang saja, dan tidak hanya itu saja, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan agar pelanggan kembali untuk membeli barang di toko tersebut, dan juga menghabiskan stok lama agar perputaran barang lancar dan bisa distok kembali dengan barang baru atau produk baru.

kemudian pada pertanyaan mengenai, dalam memberikan diskon apakah ada waktu khusus dalam merencanakan diskon? Mendapatkan tanggapan dari owner toko Prabowozikal seperti berikut:

“Kalau ada, pastinya ada, seperti pada hari raya idul fitri, tahun baru, dan bulan-bulan tertentu, tapi kadang juga memberi diskon dadakan untuk pelanggan yang dananya kurang sedikit dari barang yang mau dia beli.”

Dari hasil wawancara, disetiap hari raya selalu mengadakan diskon untuk semua konsumen, namun maksud dari kata “diskon dadakan” yang dikatakan diatas

²⁶ Prabowo Zikal, Wawancara di Kota Parepare Kecamatan Ujung, 9 Maret 2025

adalah ketika konsumen sudah mengambil barang dan ingin dibayar di kasir, namun ketika barang yang ingin dibayar, dana konsumen kurang dari sedikit, saat itu diskon dadakan diberikan apa bila dana konsumen hanya kurang dari sedikit.

Selanjutnya pada pertanyaan yang mengenai apakah pemberian diskon tersebut nominalnya sama? Mendapatkan tanggapan dari owner toko Prabowozikal seperti berikut:

“Tiak gitu dek kami memberikan diskon dari Rp. 2,000 sampai dengan Rp. 35,000,00”

Dari hasil wawancara, barang yang diberikan diskon tergantung dari harga barang tersebut. Semakin mahal harga barangnya, pengurangan harga setelah diskon juga semakin banyak, dan semakin rendah harganya, pengurangan setelah diskon semakin sedikit.

Kemudian pada pertanyaan mengenai apa yang mendasari perbedaan diskon tersebut? Mendapatkan tanggapan dari owner toko Prabowozikal seperti berikut:

“Yang jadi patokan adalah harga dari produknya. Semakin rendah harga produk, maka semakin kecil pemberian diskon yang diberikan begitupun sebaliknya”

Dari hasil wawancara, hal ini dilakukan agar margin keuntungan tetap terjaga dan bisnis tidak mengalami yang namanya kerugian besar akibat diskon yang diberikan terlalu tinggi pada produk dengan harga tinggi.

Selanjutnya beralaih kepada konsumen pada pertanyaan bagaimana kondisi barang diskon yang anda beli? Mendapatkan tanggapan dari Ruslan seperti berikut:

“Kalo saya bagusji kak dan harganya juga sesuai dengan ekspetasi dan kualitasnya juga bagusji kak enak untuk dipakai sama bagus juga bunyi bass nya tidak adaji kayak bunyi lain-lainnya”²⁷

²⁷ Ruslan, Wawancara di Kota Parepare Kecamatan Ujung, 11 Maret 2025

Dari hasil wawancara, konsumen membeli headset dan ketika ditanya mengenai kualitas dari barang tersebut konsumen merasa puas dengan kualitas dan harga dari barang tersebut.

Selanjutnya pada pertanyaan apakah produk berfungsi dengan baik saat melakukan pengetesan barang sebelum barang dibeli? Mendapatkan tanggapan dari Yusril Sudirman sebagai konsumen seperti berikut:

“saat di kasir sudah maumi kubayar nabilang kasirnya coba dulu kak jangan sampai tidak cocok dengan HP yang kita pakai, karna persamaannya itu model HP yang kita pakai kak, waktu casingnya kubuka dari bungkusnya, ternyata rusak bagian bawahnya casingnya, kata kasirnya rusak karna barang yang sudah terlalu lama, sama hawa panas matahari, jadi nasuruhka ganti yang lain, jadi pas kuganti lagi casingnya kubuka dari bungkusnya bagus tidak ada masalah dengan casing HP nya, karna di diskon casingnya juga jadi kubeli dan, ramah juga pegawainya disitu bertanggung jawabji iyah”²⁸

Dari hasil wawancara, konsumen menemukan barang yang rusak akibat barang yang tinggal terlalu lama, ditambah dengan panasnya matahari membuat barang menjadi rusak dan tidak pantas digunakan, karna barang yang rusak pegawai toko menggantikan barang yang baru atau yang layak untuk digunakan, dan karna barang yang diberi diskon, konsumen membeli barang yang ditawarkan sebagai ganti dari barang yang dia mau beli diawal, tanpa harus kecewa dengan barangnya diawal.

Selanjutnya pada pertanyaan apakah Rumah Casingku memiliki kebijakan pengembalian barang jika produk dibeli dengan harga diskon? Mendapatkan tanggapan dari Hasan sebagai konsumen seperti berikut:

“katanya karyawan yang ada di toko ini, selama barang yang dibeli mengalami kerusakan sebelum dipakai dan mempunyai perjanjian dengan pegawai toko yang menjaga disana, masi bisa dikembalikan dan akan digantikan dengan barang yang bagus kata pegawainya dan selama tidak

²⁸ Yusril Sudirman, Wawancara di Kota Parepare Kecamatan Ujung, 11 Maret 2025

lewat dalam 2 hari bisa dikembalikan tapi, dengan catatan barangnya rusak bukan karna kita yang rusak”²⁹

Dari hasil wawancara, barang yang dibeli dengan diskon masi bisa dikembalikan dan selama mempunyai perjanjian dengan pegawai yang melayani konsumen dan selama tidak melebihi batas waktu yang telah disepakati barang tersebut masi bisa dikembalikan, dengan catatan barang tersebut rusak dikarenakan, di dalam kelistrikannya ada yang rusak atau tidak berfungsi dengan baik, tetapi apabila barang rusak karna air, jatuh, dan terinjak barang tersebut tidak bisa dikembalikan dengan faktor-faktor tersebut.

Selanjutnya pada pertanyaan apakah ada batasan jumlah pembelian tertentu agar konsumen bisa mendapatkan diskon? Mendapatkan tanggapan dari ibu Darwis sebagai konsumen seperti berikut:

“untuk itu tidak adaji kak, malahan pegawai yang di toko menawarkan barangnya dan pegawainya juga yang menawarkan diskon ketika mau membeli barang disitu”³⁰

Dari hasil wawancara, seperti yang dikatakan oleh konsumen yang membeli barang di toko tersebut, tidak ada minimal pembelian untuk mendapatkan diskon.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, owner telah memberi jawaban seperti pada wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan owner toko.

Owner toko Prabwozikal memberi tanggapan seperti berikut:

“pastinya ada, seperti pada hari raya idul fitri, tahun baru, dan bulan-bulan tertentu, tapi kadang juga memberi diskon dadakan untuk pelanggan yang dananya kurang sedikit dari barang yang mau dia beli.”

Seperti yang dikatakan owner toko Rumah Casingku, diskon diadakan hanya ketika hari raya dan bulan-bulan spesial. Owner juga mengatakan kepada peneliti,

²⁹ Hasan, Wawancara di Kota Parepare Kecamatan Ujung, 11 Maret 2025

³⁰ Darwis, Wawancara di Kota Parepare Kecamatan Ujung, 11 Maret 2025

terkadang diskon diberikan juga untuk barang yang kurang berfungsi, tapi dengan catatan konsumen atau pelanggan harus dijelaskan tentang kekurangan dari barang tersebut karna bila tidak dijelaskan, konsumen akan kecewa atau, yang lebih parahnya konsumen tidak akan membeli barang lagi di Rumah Casingku.

Dalam berbisnis kejujuran adalah hal yang paling utama, itu dikarenakan jujur membuat kita membangun kepercayaan, reputasi, dan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Kejujuran bukan hanya nilai moral, tetapi juga strategi bisnis yang cerdas. Bisnis yang transparan dan etis lebih cenderung bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

2. Dampak Strategi Pelaksanaan Diskon di toko Rumah Casingku dan Kesesuaiannya Dengan Prinsip Syariah

Strategi bisnis adalah tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis tertentu, seperti meningkatkan keuntungan, memperluas pasar, dan mengalahkan pesaing. Adapun salah satu strategi yang paling sering kita temui di banyak toko-toko adalah strategi diskon, diskon adalah potongan harga yang diberikan kepada konsumen untuk mengurangi harga asli suatu produk. Namun bagaimana pandangan Islam mengenai diskon, banyak perusahaan dan toko-toko di sekitar kita yang menggunakan diskon untuk membuat konsumen membeli banyak barang dengan strategi diskon tersebut, dan salah satu toko yang menggunakan diskon sebagai strategi untuk menarik pelanggan adalah toko Rumah Casingku dan disini peneliti akan menganalisis apakah toko tersebut menerapkan diskon sesuai dengan prinsip Islam, dan di sini peneliti akan mencari tahu hal tersebut tentang bagaimana pandangan Islam terhadap pemberian diskon pada toko Rumah Casingku.

Adapun pertanyaan yang diberikan oleh peneliti kepada owner toko Prabowozikal dan konsumen bernama ibu Marsyanda yaitu: dalam proses pelaksanaannya, apakah harga jual yang ditetapkan bisa diterima oleh pihak penjual dan pembeli tanpa ada yang merasa dirugikan? Mendapatkan tanggapan dari owner dan konsumen seperti berikut:

“sebagai konsumen, pasti menginginkan harga jual yang lebih murah, kita juga pasti begitui kak, tapi misal harganya tinggi daripada manfaatnya pasti saya yang rugi, tapi misal harganya wajar dan sebanding dengan produk yang diterima, saya bisa menerimanya dengan baik”³¹

“sebagai owner, saya menetapkan harga jual berdasarkan biaya produksi, operasional, dan keuntungan yang wajar. Saya juga mempertimbangkan daya beli konsumen supaya harga tetap bisa dijangkau oleh konsumen dan tetap menguntungkan saya, maka itu sudah adil bagi kedua pihak kalo menurut saya”

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa, selama harga dan barang sesuai dengan ekspektasi dari konsumen, tidak akan ada yang dirugikan. Apa bila barang yang dibeli memberi manfaat lebih untuk konsumen, konsumen akan menerima dengan baik harga yang ditetapkan dan apabila barang yang diberi harga juga masih menjangkau dana konsumen dan owner merasa tidak dirugikan dengan harga tersebut, berarti kedua belah pihak saling menerima baik itu dari barang dan harga, yang artinya tidak ada yang dirugikan kedua belah pihak saling menguntungkan satu sama lain.

Selanjutnya pada Pertanyaan apakah harga jual yang ditetapkan sepadan dengan kualitas barang yang ditawarkan? Mendapatkan tanggapan dari ibu Winalda, sebagai konsumen dan Prabowozikal, sebagai owner sebagai berikut:

“sebagai konsumen, setiap membeli barang saya selalu berharap apa yang saya beli dan bayar sama dengan kualitas barang yang saya terima, jika produk memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan saya,

³¹ Marsyanda, Wawancara di Kota Parepare Kecamatan Ujung, 14 Maret 2025

*harganya kuanggap wajar tapi jika sebaliknya, mungkin lebih baik cari di tempat lain.*³²

“sebagai owner, selalu saya pastikan bahwa harga yang di tetapkan sama dengan kualitas barang yang ditawarkan, seperti yang dikatakan banyak orang ada harga ada kualitas, mungkin begitu.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan, bahwa keseimbangan antara harga dan kualitas merupakan faktor utama dalam kepuasan pelanggan dan keberlangsungan bisnis. Owner harus menetapkan harga yang adil, sementara konsumen menginginkan nilai yang sepadan dengan pengeluarannya.

Selanjutnya pada pertanyaan apakah anda menaikkan harga jual jika banyak permintaan? Mendapatkan tanggapan dari Prabowozikal sebagai Owner seperti berikut:

“mungkin saya pertimbangkan dulu beberapa faktor sebelum menaikkan harganya. misal biaya operasionalnya dan bahan baku tetap, mungkin tidak langsung menaikkan harga biar terjaga loyalitasnya pelanggan. tapi kalau permintaanya tinggi menyebabkan stok menipis atau biaya produksi naik, harus kusesuaikan harganya. Tapi yang penting harga arus tetap kompetitif dan sesuai dengan nilai yang dikasi sama konsumen”

Dari hasil wawancara, Owner menaikkan harga saat permintaan meningkat tidak dilakukan secara sembarangan Owner mempertimbangkan beberapa faktor sebelum menaikkan harga, seperti biaya operasional dan bahan baku. Selama biaya tetap stabil Owner tidak langsung menaikkan harga demi menjaga hubungan dengan konsumen. Namun jika permintaan tinggi menyebabkan stok menipis atau biaya produksi meningkat penyesuaian harga masih bisa dilakukan dengan tetap mempertimbangkan keadilan bagi pelanggan. yang terpenting owner memastikan harga tetap masih bisa dijangkau oleh konsumen sehinggah bisnis tetap berjalan tanpa merugikan pihak manapun.

³² winalda, Wawancara di Kota Parepare Kecamatan Ujung, 14 Maret 2025

Selanjutnya pada pertanyaan selama anda menerapkan diskon pada toko ini apakah hasil penjualan anda meningkat? Mendapatkan tanggapan dari Prabowozikal sebagai owner seperti berikut:

“selama saya menerapkan diskon, saya rasa penjualan meningkat dan kalo kulihat konsumen tidak pernah keluar dari toko dengan tangan kosong. Sudahnya saya kasi diskon penjualan kadang meningkat, keuntungan yang kudapat dari sebelum diskon dan sesudah diskon jauh sekali perbedaan keuntungannya”

Selanjutnya pada pertanyaan kalo boleh tahu berapa keuntungan yang didapatkan dari sebelum diskon dan sesudah diskon? Mendapatkan tanggapan dari Prabowozikal sebagai owner seperti berikut:

“sebelum saya diskon keuntungan saya dapat dibulan lalu itu hanya sekitar 3.000.000.00 dan setelah saya diskon pada bulan ini keuntungan yang saya dapat sekitar 5.300.000.00 tapi mungkin karna ini bulan ramadhan mungkin banyak orang-orang yang mau kasi cantik hp nya menurutku begitu”

Dari hasil wawancara, sebelum owner menerapkan diskon keuntungan yang didapatkan sangatlah berbeda jauh dari setelah diskon, seperti yang dikatakan oleh owner, karna bulan ramadhan orang-orang berlomba-lomba untuk memperbagus atau mempercantik Handphone mereka yang selalu di bawa kemana-mana dan bisa dilihat strategi diskon yang dilakukan oleh owner toko Rumah Casingku sangat efektif untuk diterapkan.

Dari hasil wawancara yang diperoleh mengenai dampak strategi diskon di Toko Rumah Casingku menunjukkan bahwa strategi ini memiliki dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan volume penjualan. Pemberian diskon terbukti menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian, terutama dalam periode tertentu seperti akhir pekan atau menjelang hari raya. Selain itu, diskon juga memberikan kesan bahwa toko menawarkan harga yang kompetitif, sehingga memperkuat loyalitas pelanggan dan mendorong terjadinya pembelian ulang. Dari sudut pandang pelaku usaha, penerapan strategi diskon dapat menjadi sarana untuk

mempercepat perputaran barang dan mengurangi risiko kerugian akibat penumpukan stok. Diskon juga menjadi alat promosi yang efektif untuk mengenalkan produk baru atau menarik segmen pasar yang lebih luas, sehingga berdampak pada peningkatan omzet usaha.

Namun demikian, terdapat pula dampak negatif dari pelaksanaan strategi diskon yang kurang dikelola dengan bijak. Diskon yang terlalu sering atau dalam jumlah besar dapat menurunkan persepsi nilai barang dan menyebabkan konsumen menjadi tergantung pada harga murah. Dalam jangka panjang, hal ini dapat mengurangi margin keuntungan dan melemahkan daya saing toko apabila tidak diimbangi dengan kualitas produk dan layanan yang baik. Dalam perspektif ekonomi syariah, hal ini dapat mengarah pada ketidakseimbangan (gharar) dan praktik yang merugikan baik bagi penjual maupun pembeli.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa strategi diskon menjadi salah satu metode yang cukup efektif dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan volume transaksi. Diskon yang ditawarkan oleh toko dilakukan dengan berbagai metode, seperti potongan harga langsung dan promo musiman. Strategi ini secara umum bertujuan untuk mempercepat perputaran barang, meningkatkan daya beli konsumen, serta memperluas jangkauan pasar. Dalam praktiknya, penerapan diskon ini dilakukan dengan memperhatikan waktu dan jenis produk yang ditawarkan.

Dalam perspektif ekonomi syariah, pelaksanaan jual beli barang diskon harus memenuhi prinsip-prinsip utama seperti kejujuran (ṣidq), keadilan ('adl), dan tidak mengandung unsur penipuan (gharar) ataupun ketidakjelasan (jahalah). Strategi diskon yang diterapkan di Toko Rumah Casingku sebagian besar sudah memenuhi

unsur tersebut, karena informasi mengenai potongan harga disampaikan secara terbuka kepada konsumen, serta harga akhir yang dibayarkan sesuai dengan nilai yang ditampilkan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek transparansi dalam transaksi telah dijalankan sesuai dengan prinsip muamalah dalam Islam.

Dalam Qur'an bahkan kita sudah diberitahukan tentang berkata jujur dalam QS. Al-ahzab /33:70 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahannya:

Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.³³

Ayat ini menjelaskan kepada kita untuk selalu menjaga lisan. Karna ucapan kita dapat menjerumuskan atau membawa kita kepada hal yang baik. Ayat ini sangat relevan dengan dunia penjualan, karena dalam jual beli, kejujuran dalam berbicara itu penting banget. Kalau seorang penjual jujur, tidak melebih-lebihkan produk, tidak menipu, dan komunikatif dengan cara yang baik, maka pelanggan akan merasa nyaman dan percaya. Kepercayaan itulah yang membuat pelanggan mau kembali beli lagi. Jadi, menjaga ucapan dan bersikap jujur seperti yang dipesankan dalam ayat ini bukan cuma soal ibadah, tapi juga jadi kunci sukses dalam bisnis.

Tidak hanya kejujuran bahkan bersikap adil juga merupakan kunci kesuksesan seorang muslim di dalam Qur'an telah Allah sampaikan tentang berlaku adil dalam QS. An-nahl /16:90 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ

Terjemahannya:

Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji,

³³ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya Ayat /30:70

kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat.³⁴

Ayat ini berisi tentang perintah Allah untuk berbuat adil, berbuat baik antar sesama, larangan dari perbuatan yang keji. Ayat ini mengajarkan kepada kita tentang nilai moral agar manusia hidup dengan sikap yang baik dan saling menghormati. Dan ayat ini menuntun pelaku usaha untuk menjual dengan etika, kejujuran, dan kepedulian, sehingga bisnis tidak hanya menguntungkan secara materi, tapi juga bernilai di sisi Allah dan bermanfaat bagi masyarakat.

Dari hasil observasi dan wawancara dengan pihak toko dan konsumen, ditemukan juga potensi dampak negatif dari pelaksanaan diskon yang berlebihan. Salah satu risiko yang muncul adalah persepsi konsumen terhadap nilai produk yang menjadi menurun. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menyebabkan ketergantungan pada diskon dan menurunkan loyalitas terhadap merek atau kualitas produk. Dalam ekonomi syariah, hal ini dapat dikaitkan dengan konsep israf (pemborosan) dan tindakan spekulatif yang tidak mendatangkan manfaat berkelanjutan bagi pelaku usaha maupun konsumen.

Strategi diskon yang tidak terukur juga dapat berdampak pada stabilitas keuangan usaha. Jika pelaku usaha terlalu sering memberikan diskon besar tanpa mempertimbangkan margin keuntungan, maka dikhawatirkan akan menimbulkan ketidakseimbangan dalam manajemen keuangan usaha. Dalam konteks ekonomi syariah, praktik semacam ini dapat bertentangan dengan prinsip keseimbangan (tawazun) dan keberlanjutan usaha (istidāmatu al-‘amal). Oleh karena itu, pelaku usaha perlu merancang strategi diskon yang tidak hanya bersifat menarik secara pemasaran, tetapi juga adil dan maslahat dalam jangka panjang

³⁴ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya Ayat /16:90

Dari sisi konsumen, strategi diskon dapat menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan barang dengan harga yang lebih terjangkau. Hal ini mendukung tujuan ekonomi syariah yaitu tercapainya kesejahteraan dan kemudahan akses terhadap barang-barang konsumsi. Akan tetapi, jika diskon dimanfaatkan tanpa mempertimbangkan kebutuhan riil dan dilakukan secara impulsif, maka dapat mengarah pada perilaku konsumtif yang bertentangan dengan nilai qana'ah (merasa cukup) dan pengelolaan harta secara bijak (hifz al-māl).

Selain itu, strategi diskon juga dapat dilihat sebagai bagian dari inovasi dalam praktik jual beli yang diperbolehkan dalam Islam, selama tidak melanggar ketentuan dasar akad. Dalam hal ini, diskon bukan merupakan bentuk riba, melainkan strategi penetapan harga yang sah selama disampaikan dengan jelas kepada pembeli dan tidak mengandung unsur tipu daya. Dengan demikian, diskon yang dikelola secara baik dapat memperkuat efisiensi pasar dan menumbuhkan semangat persaingan usaha yang sehat dalam bingkai etika syariah.

Dalam pandangan Islam, diskon adalah pengurangan harga dari suatu barang atau jasa yang diberikan oleh penjual kepada pembeli dalam transaksi jual beli. Diskon merupakan bentuk kemudahan dalam perdagangan yang pada dasarnya diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

Namun Islam melarang praktik diskon yang menyesatkan, seperti menaikkan harga terlebih dahulu sebelum memberikan potongan harga agar terlihat murah, atau memberikan diskon dengan syarat-syarat yang merugikan konsumen.

Selain itu, Islam sangat menganjurkan pedagang untuk berlaku adil dan tidak memanipulasi harga dalam diskon. Jika diskon diberikan untuk kepentingan sosial seperti kepada orang yang kurang mampu dalam menafkahi hidupnya sendiri dan

pelanggan setia maka itu akan masuk dalam bentuk kebaikan dan sedekah karna membantu sesama manusia. Diskon dalam Islam boleh dilakukan selama tidak melanggar prinsip-prinsip syariah dan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran serta keadilan dalam transaksi.

Jual beli adalah transaksi antara penjual dengan pembeli berdasarkan barang dan alat tukar yang sah dan disepakati oleh kedua belah pihak. Seorang pedagang harus mengetahui tentang apa yang boleh diambil dan apa yang harus ditinggalkan, pada dasarnya hukum jual beli boleh dilakukan seperti apa yang dijelaskan dalam Al-QS. Al-Baqarah /2:275 sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahannya:

Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.³⁵

Ayat ini membahas tentang larangan dan perbedaan dengan jual beli yang halal dalam Islam. Ayat ini menegaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli tetapi mengharamkan riba, serta memberi peringatan akibat atau konsekuensi bagi mereka yang tetap melakukannya. Ayat ini menjadi dasar hukum islam dalam melarang riba

³⁵ Ayat /2:275, “Al-Qur’an dan Terjemahannya (Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2015).

dan mendorong sistem ekonomi yang adil serta berbasis pada perdagangan yang halal dan transparan.

Kejujuran dan bersikap adil dalam perdagangan bukan hanya menciptakan keuntungan keuntungan duniawi saja, tetapi juga mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Pedagang yang menerapkan prinsip tersebut pastinya mendapatkan rezeki yang halal, kepercayaan dari konsumen dan juga pahala di akhirat.

Namun bukan pada surah Al-Baqarah saja Allah mengingatkan kita tentang melakukan jual beli dengan cara yang benar tapi juga ada dalam QS. An-Nisa /4:29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahannya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.³⁶

Ayat ini menjelaskan tentang larangan memakan harta orang lain dengan cara yang batil serta pentingnya melakukan transaksi jual beli yang didasari oleh kerelaan atau suka sama suka antara kedua belah pihak. Ayat ini juga mengingatkan bahwa manusia tidak boleh mencelakakan dirinya, karna Allah maha penyayang. Dalam surah ini juga Allah menegaskan bahwa dalam Islam, mencari rezeki harus dilakukan dengan cara yang halal, seperti perdagangan yang jujur dan adil. Segala bentuk perolehan harta yang tidak sah dilarang karna dapat merusak hubungan sosial dan

³⁶ Departemen Agama RI, "Al-Qur'an dan Terjemahannya Ayat/4:29 (Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2015).

ekonomi. Ayat ini juga mengajarkan pentingnya menjaga diri dari kehancuran, baik secara fisik maupun ekonomi, sebagai bentuk kasih sayang Allah kepada hambanya.

Islam mengajarkan kita banyak hal dalam kehidupan dan bahkan Islam mengajarkan kita bagaimana cara melakukan perdagangan dan melakukan transaksi dengan baik dan benar agar kita selalu terhindar dari hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT. Dalam Islam, kegiatan jual beli merupakan bagian dari muamalah yang harus didasarkan pada prinsip kejujuran, keadilan dan keberkahan. Pemberian diskon dalam transaksi jual beli pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur gharar, riba maupun tadelis (penipuan).

Pemberian diskon kepada pelanggan dapat menjadi strategi pemasaran yang sah secara syariah, selama dilakukan dengan tidak menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Selain itu Islam juga mengajarkan keseimbangan dalam perdagangan, yaitu dengan tidak merugikan konsumen. Diskon yang diberikan harus disertai dengan kejelasan syarat dan ketentuan agar tidak menimbulkan ketidakadilan atau praktik jual beli yang menipu. Dalam Al Qur'an juga telah memberitahu kita tentang jual beli dalam QS. Al-Mutaffifin /83:1 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ

Artinya:

kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang.³⁷

Selama pemberian diskon di toko Rumah Casingku dilakukan secara adil serta tidak mengandung unsur penipuan, maka hal tersebut diperbolehkan dalam Islam dan dapat menjadi bagian dari praktik jual beli yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

³⁷ Departemen Agama RI, "Al-Qur'an dan Terjemahannya /83:1 "(Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2015).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil, pelaksanaan jual beli barang diskon di toko Rumah Casingku memiliki dampak positif dalam peningkatan penjualan dan perluasan pasar, namun juga mengandung potensi risiko jika tidak dilakukan secara terukur. Dalam perspektif ekonomi syariah, pelaksanaan diskon perlu mengedepankan prinsip keadilan, transparansi, dan keberlanjutan. Oleh karena itu, strategi diskon harus dirancang dengan memperhatikan keseimbangan antara keuntungan usaha dan kemaslahatan konsumen, agar seluruh aktivitas bisnis tetap berada dalam koridor syariah dan memberikan manfaat secara luas. Strategi diskon yang dilakukan oleh toko Rumah Casingku sangat efektif dan berjalan dengan baik, karena mampu meningkatkan volume penjualan. Selain itu, dugaan sebelumnya dari peneliti yang pernah menemukan barang dengan nilai guna yang kurang optimal di toko Rumah Casingku ternyata adalah hal yang kasuistik, dimana barang-barang yang nilai gunanya menurun ternyata telah dipisahkan secara khusus. Hal ini menunjukkan adanya upaya dari pihak toko untuk melakukan pengelolaan inventaris yang lebih terstruktur. Selain itu, penerapan diskon yang dilakukan tepat pada waktu tertentu atau bulan tertentu, dan dari hasil penelitian dan berdasarkan teori yang sudah dijelaskan, toko Rumah Casingku menerapkan diskon sesuai dengan ajaran Islam dan menjalankan prinsip kejujuran serta keadilan dalam transaksi. Diskon yang diberikan tidak mengandung penipuan dan ketidakjelasan, sehingga tidak merugikan salah satu pihak. Dengan demikian, penerapan diskon di toko Rumah Casingku sejalan dengan prinsip perdagangan syariah yang mengedepankan keberkahan dan kemaslahatan bagi semua pihak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Mekanisme jual beli barang diskon pada toko Rumah Casingku menerapkan sistem diskon sebagai strategi pemasaran untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Pemberian diskon dilakuakn dengan dua cara yaitu, diskon musiman, diterapkan disetiap bulan khusus seperti bulan ramadhan dan tahun baru. Adapun diskon khusus pelanggan, diberikan hanya untuk langganan yang membeli barang lebih dari lima kali.
2. Dampak strategi diskon pada toko Rumah Casingku berdampak positif dan negatif yang dimana dampak positif dari diskon yaitu, meningkatkan volume penjualan dan daya tarik konsumen, penerapan diskon mampu menciptakan persepsi nilai lebih dari produk, sehingga mendorong minat beli serta meningkatkan frekuensi kunjungan pelanggan dan mempercepat perputaran barang. Adapun dampak negatif dari diskon yaitu, strategi diskon ini berpotensi menurunkan margin keuntungan apabila dilakuakn tanpa pertimbangan. Dalam perspektif Islam, pemberian diskon merupakan salah satu bentuk strategi bisnis yang diperbolehkan, selama dilakukan dengan prinsip kejujuran, dan tidak mengandung unsur penipuan atau gharar. Islam menganjurkan praktik jual beli yang menguntungkan kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli. Oleh karena itu, selama diskon yang diberikan tidak merugikan atau menipu konsumen, maka praktik ini sesuai dengan yang diajarkan dalam perdagangan Islam. Dalam pelaksanaan jual beli toko

Rumah Casingku menerapkan diskon sesuai dengan prinsip Syariah karena di dalam pemberian diskonnya tidak terdapat penambahan dan kecurangan, sehingga bisa dikatakan penetapan diskon yang dilakukan sejalan dengan prinsip ekonomi syariah.

B. Saran

1. Saran dari peneliti untuk toko Rumah Casingku disarankan, untuk selalu memberikan informasi yang jelas terkait syarat dan ketentuan diskon agar tidak menimbulkan kesalahpahaman kepada pelanggan. Dengan informasi yang jelas dan tidak ada ketersembunyian informasi barang kepada konsumen.
2. Toko Rumah Casingku disarankan untuk menerapkan beberapa langkah strategis. Pertama, lakukan analisis biaya dan proyeksi keuntungan secara menyeluruh sebelum menentukan besaran dan durasi diskon, agar tetap menjaga kesehatan arus kas. Kedua, kombinasikan strategi diskon dengan pendekatan nilai tambah seperti layanan pelanggan yang unggul atau bundling produk, sehingga konsumen tidak hanya terpicu oleh harga murah. Ketiga, terapkan sistem loyalitas atau program membership untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan tanpa harus terus menerus mengandalkan potongan harga. Dalam menerapkan diskon, disarankan toko harus tetap menjaga dan berpegang pada prinsip kejujuran dan tidak menggunakan strategi yang berpotensi menipu konsumen, seperti menaikkan harga terlebih dahulu sebelum memberikan diskon.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M F A. "Hukum Dalam Menjual Harta Wakaf Perspektif Mazhab Hanabilah Dan Syafi'Iyyah," 2019.
- Afida, Afibatus, and M. Taufiq Zamzami. "Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu Di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga." *J-HES: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 04, no. 2 (2020): 96–111.
- Afifuddin, Muhammad, M. Ridwan Basalamah, and Budi Wahono. "Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang FEB Angkatan 2019)." *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma* 13, no. 01 (2019): 1873–84.
- Andriyanto, Lilik, Siti Syamsiar, and Indah Widowati. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum." *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi* 20, no. 1 (2020): 26.
- Apandy, Puteri Asyifa Octavia, Melawati, and Panji Adam. "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli." *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta* 3, no. 1 (2021): 12–18.
- Arliny, A., Muhammadun, M., & Pangestu, D. R. (2023). Pengaruh diskon terhadap peningkatan impulse buying pembeli di Toko Sejahtera Kota Parepare. *RIKAZ*, 58-68.
- Astuti, An Ras Try. "Bisnis halal dalam perspektif etika Islam: Kajian teoritis." *AL MA'ARIEF: Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya* 1.2 (2019): 97-106.
- Authors, and Febsri Susanti Ade Candra Gunawan. "Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang," 2017.
- Cahya, Anca Dwiki, Nur Hajati, and Muhammad Ridwan Basalama. "Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

- (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Foto Bo Production)." E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen 9.02 (2020).
- Daniel, Farida, and Prida Taneo N.L. "Analisis Kesulitan Mahasiswa Dalam Menyusun Proposal Penelitian." *Jurnal Pendidikan Matematika Indonesia* 4, no. September (2019): 79–83.
- Fakhriyan Sefti Adhaghassani. "Strategi Bauran Pemasaran (MARKETING MIX) 7P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE) Di CHERRYKA BAKERY TUGAS." *Resma* 3, no. 2 (2016): 13–22.
- Fauzi, Ahmad, and Ahmad Fauzi. "Jual Beli Pakaian Bekas Dalam Perspektif Fikih Muamalah Iqtishodiyah." *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2019): 235–67.
- Fitria, Tira Nur. "Pelatihan Penulisan Proposal Skripsi Dengan Menggunakan Metode Penelitian Kualitatif Untuk Mahasiswa D3 Dan S1 Tira" 2, no. 2 (2022): 10–18.
- Fitriana, Rahayu. "Wawancara (Interview) Wawancara (Interview) Adalah Salah Satu Teknik Pengumpulan Data Yang Pelaksanaannya Bisa Dilakukan Secara Langsung Bertatap Muka (Face to Face) Dengan Orang Yang Diwawancarai (Interview) Atau Secara Tidak Langsung Seperti Melalui Telf." *Procedia Manufacturing* 1, no. 22 Jan (2014): 1–17.
- Hamka, R. A., Sutrisno, S., & Arwin, A. (2023). Marketing Strategy at Middle Star Hotels in Makassar City. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*, 1(2), 62-69.
- Hamzah, Zulfadli, Muhammad Arif, and Chairun Nisa. "Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Dalam Transaksi Jual Beli Online Dan Offline Pada Hijab (STUDI Kasus : Mahasiswa Universitas Islam Riau)." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2019): 16–26.
- Habibah, Habibah. Analisis Strategi Potongan Harga (Diskon) untuk Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mezora Cabang Pamekasan. Diss. Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020.

- Haque-fawzi, Marissa Grace, ahmad syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, Denok Sumarsi, and I. *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori Dan Implementasi*. Pascal Books, 2022.
- Hartono, Jogiyanto. “Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021, 1–29.
- Hasyimi, Sri Mariati. “Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Member Menurut Hukum Islam (Analisis Sistem Penetapan Harga Pada Produk MLM),” 2021.
- Hendrawati. “Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online Dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam.” *Jurnal Akuntansi* 11 (2017).
- Hidayah, Ida, Teguh Ariefiantoro, Dwi Widi Pratito Sri Nugroho, and Edy Suryawardana. “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu).” *Solusi* 19, no. 1 (2021): 76.
- Indraswati, Dian, Haeruddin, and Andi Asrina. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelayanan Dan Minat Berkunjung Kembali Pasien Umum Di Rawat Jalan RSUD Labuang Baji Makassar Tahun 2022.” *Journal of Muslim Community Health (JMCH)* 2023 4, no. 3 (2023): 211–21.
- Indriati, Dewi Sri. “Penerapan Khiyar Dalam Jual Beli.” *Jurnal Ilmiah Al-Syir’ah* 2, no. 2 (2016).
- Khadafi, Muammar, Dina Madinah, and Euis Kurniasih. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon Dengan Mark Up Terlebih Dahulu.” *Al Barakat - Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 1, no. 01 (2021): 45.
- Marlena, and Evi Megawati. “Analisis Penggunaan Aplikasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Situs Jual Beli Online Analysis of Application Use and Promotion of Buying Interest of Online Buying and Selling Site Application Users.” *Jurnal Benefit* 7, no. 2 (2020): 103–14.
- Mauliddiyah, Nurul L. “Analisis Trend Dan Diskon Dalam Keputusan Pembelian Fashion Dalam Prspektif Ekonomi Islam,” 2021, 6.

- Mursidin, I. I. (2024). ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGY AS A DRIVER OF INVESTMENT AND ECONOMIC INNOVATION. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL AND EDUCATION*, 1(1), 158-170.
- Nawawi, Mukamat Fais. Peran Strategi Diskon Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kediri). Diss. IAIN Kediri, 2023.
- Nurmasitah, Sita, Uchiyah Achmad, and Wulansari Prasetyaningtyas. "Pengembangan Model Pembelajaran Penyusunan Proposal Penelitian Untuk Meningkatkan Keterampilan Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa." *Teknobuga* 5, no. 2 (2017): 66–73.
- Pendekatannya, dan Model. "Harmonisasi Hukum Perdagangan Internasional: Sejarah, Latar Belakang Dan Model Pendekatannya" 1, no. 10 (2016).
- Pokhrel, Sakinah. "Efektifitas Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jal Beli DI TOKO WIDODO Perspekteif Ekonomi Islam." *Ayan* 15, no. 1 (2024): 37–48.
- Putra, Endhar Widjaya, Srikandi Kumadji, and Edy Yulianto. "Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Study Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon Di Matahari Department Store Pasar Besar Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 38, no. 2 (2016): 184–93.
- Rahayu, Sri Ulfa, Sahrudin, and Sandrina Malakiano Ritonga. "Analisis Jual Beli Dalam Perspektif Islam." *El-Mujtaman: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 1171–79.
- Ramadiansyah, Sahri Aflah, I. Putu Dharmawan Pradhana, and Putri Ekaresty Haes. "PENGARUH DISKON DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI SHOPEE 11.11." *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 4.3 (2024): 851-858.
- Resume, Tugas, Ujian Akhir, and Semester Uas. "Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (Stain) Sorong Tugas Resume Ujian Akhir Semester (Uas)," n.d.
- Sanjaya, Muhammad Iqbal. "Kerelaan Dalam Transaksi Jual Beli Menurut Teks Ayat

- Dan Hadis Ahkam Jual Beli (Telaah Yuridis Dan Sosiologis).” *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 1, no. 2 (2022): 587–95.
- Santoso, Rudi, Rahayu Shinta, and Achmad Yanu Alif Fianto. “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur.” *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)* 4, no. 2 (2019): 73–86.
- Sekunder, Aliran, Songka Pada, K E L Sendana, and S Apriansyah.S,” 2023.
- St Fatimah, M. (2023). Yasin Soumena, St. Nurhayati, Ikhsan Gasali, A. Rio Makkulau, “Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah”, *Al-Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1).
- Suherli, Ian Rakhamawan, Deni Kamaludin Yusup, Hilma Fanniar Rohman, Alfadl Habibie, and Adi Irfan Marjuqi. “Manfaat Diskon Dan Cash Back Terhadap Volume Penjualan Properti Syariah Selama Pandemi Covid-19.” *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 8, no. 2 (2023): 275–94.
- Utami, Hesty Nurul, and Iqbal Fauzi Akbar Firdaus. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis.” *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 2, no. 1 (2018): 136–46.
- Wadud, Muhammad. “Bauran Pemasaran Jasa (3 Ps: PEOPLE, PROCESS & PHYSICAL EVIDENCE) Bagi Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini* 8, no. 1 (2018): 21–29.
- Wati, Ambar, Arman Paramansyah, and Dessy Damayanthi. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngadiluwih Kabupaten Kediri.” *Jurnal* 2, no. 2 (2021): 184–200.
- Widyawati. “Analisis Strategi Pemasaran Melalui Pemberian Diskon Pada Toko Aqila Fashion.” *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Pemberian Diskon Pada Toko Aqila Fashion*, 2023, 1–69.
- Yanti, I. “Penetapan Harga Jual Beli Ikan Oleh Toka Bangku Di TPI Lampulo, Aceh, Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Adat Dan Ekonomi Islam.” *Ar-Raniry*,

International Journal of Islamic Studies 7, no. 2 (2020): 103–14.

Yudityawati, Dessy Kartika, and Hadiah Fitriyah. “Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Manajemen Dan Binis Indonesia* 08, no. 01 (2022): 42–48.

Zakariah, M A, V Afriani, and K H M Zakariah. “Metodelogi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R n D).,” 2020, 157–65.



LAMPIRAN



	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No.8 Soreang 91131
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

INSTRUMEN LEMBAR WAWANCARA

NAMA : TRISNA ANUGRAH RAMADHAN
 NIM/PRODI : 2120203860202051/EKONOMI SYARIAH
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 JUDUL : EFEKIVITAS JUAL BELI BARANG DISKON
 PADA TOKO RUMAH CASINGKU PAREPARE
 PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

INSTRUMEN PENELITIAN:

PEDOMAN WAWANCARA

WAWANCARA TERHADAP KONSUMEN

1. Apa ada kategori produk tertentu yang lebih sering diberi diskon?
2. Apa tujuan anda dalam memberikan diskon? Apakah untuk meningkatkan penjualan, menghabiskan stok barang lama atau menarik minat pembeli?
3. Dalam memberikan diskon apakah ada waktu khusus dalam merencanakan diskon?
4. Apakah pemberian diskon tersebut nominalnya sama terhadap semua produk?
5. Apa yang mendasari perbedaan diskon tersebut?
6. apakah harga jual yang ditetapkan bisa diterima oleh pihak penjual dan pembeli tanpa ada yang merasa dirugikan?
7. apakah anda menaikkan harga jual jika banyak permintaan?

WAWANCARA TERHADAP KONSUMEN

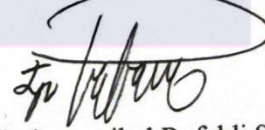
1. Bagaimana kondisi barang diskon yang pernah anda beli?
2. Apakah produk berfungsi dengan baik saat melakukan pengetesan barang sebelum barang di beli?
3. Apakah produk sesuai dengan deskripsi yang di jelaskan oleh pegawai toko?
4. apakah rumah casingku memiliki kebijakan pengembalian barang jika produk dibeli dengan harga diskon?
5. apakah ada batasan jumlah pembelian tertentu agar konsumen bisa mendapatkan diskon?
6. apakah harga jual yang ditetapkan bisa diterima oleh pihak penjual dan pembeli tanpa ada yang merasa dirugikan?

Mengetahui
Pembimbing Utama



Ida Ilmiah Mursidin, M.Ag
NIP.199206262020122026

Owner Rumah Casingku



Prabowozikal Rufaldi S.Farm



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-874/In.39/PP.00.9/PPs.05/03/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

07 Maret 2025

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : TRISNA ANUGRAH RAMADHAN
Tempat/Tgl. Lahir : PAREPARE , 11 November 2002
NIM : 2120203860202051
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : JL BAU MASSEPE, KEL. LUMPUE, KEC. BACUKIKI BARAT, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

EFEKTIFITAS JUAL BELI BARANG DISKON PADA TOKO RUMAH CASINGKU PAREPARE PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 07 Maret 2025 sampai dengan tanggal 02 April 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

SRN IP0000159



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 159/IP/DPM-PTSP/3/2025

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA NAMA UNIVERSITAS/ LEMBAGA Jurusan ALAMAT UNTUK	: TRISNA ANUGRAH RAMADHAN : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE : EKONOMI SYARIAH : JL. BAU MASSEPE PAREPARE : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut : JUDUL PENELITIAN : EFEKTIFITAS JUAL BELI BARANG DISKON PADA TOKO RUMAH CASINGKU PAREPARE PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH LOKASI PENELITIAN : RUMAH CASINGKU KEL. UJUNG BULU KEC. UJUNG KOTA PAREPARE LAMA PENELITIAN : 10 Maret 2025 s.d 10 April 2025 a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan
--	---

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **12 Maret 2025**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



HJ. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Dokumentasi Wawancara



Gambar 1. Dokumentasi diskon



Gambar 2. Dokumentasi diskon



Gambar 3. Dokumentasi diskon

Seperti yang di tunjukkan pada gambar di atas adalah dokumentasi dari barang-barang yang diberikan diskon oleh owner toko.



Gambar 4. Dokumentasi wawancara bersama Ruslan sebagai konsumen



Gambar 5. Dokumentasi wawancara bersama Yusril Sudirman sebagai konsumen



Gambar 6. Dokumentasi wawancara bersama Marsyanda sebagai konsumen



Gambar 7. Dokumentasi wawancara bersama Hasan sebagai konsumen



Gambar 8. Dokumentasi wawancara bersama Darwis sebagai konsumen



Gambar 9. Dokumentasi wawancara bersama Winalda sebagai konsumen



Gambar 10. Dokumentasi wawancara bersama Owner
Toko Rumah Casingku



BIODATA MAHASISWA



TRISNA ANUGRAH RAMADHAN, Lahir di kota Parepare pada tanggal 11 November Tahun 2002, merupakan anak ketiga dari orag tua yang bernama ayah Rudi dan ibu bernama Arfawati. Penulis berwarganegaraan Indonesia dan beragama Islam. Penulis beralamatkan di kelurahan Lumpue Kecamatan Bacukiki Barat Provinsi Sulawesi Selatan. Adapun riwayat pendidikan yaitu, SDN NEGERI 28 LUMPUE KOTA

PAREPARE, lanjut SMPN NEGERI 1 PAREPARE, LANJUT MAN 2 KOTA PAREPARE lulus pada tahun 2021, setelah itu penulis melanjutkan jenjang perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Program studi Ekonomi Syariah dan telah Menyusun Skripsi yang Berjudul **“Efektivitas Jual Beli Barang Diskon Pada Toko Rumah Csingku Parepare Perspektif Ekonomi Syariah”**