

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia pada dasarnya tidak bisa hidup sendirian, manusia harus hidup bermasyarakat, saling membutuhkan dan saling mempengaruhi.<sup>1</sup> Oleh karena itu semenjak manusia pertama diciptakan di dunia ini, yaitu Nabi Adam A.S telah terjadi hubungan sesama mereka dengan saling melengkapi. Oleh karena itu, Allah Ta'ala menciptakan manusia berpasang-pasang, dan beraneka-ragam kemampuan mereka.<sup>2</sup>

Pada umumnya orang memerlukan benda yang ada pada orang lain (pemilikinya) dapat dimiliki dengan mudah, tetapi pemiliknya kadang-kadang tidak mau memberikannya. Adanya syariat jual beli menjadi *wasilah* (jalan) untuk mendapatkan keinginan tersebut, tanpa berbuat salah.<sup>3</sup> Dalam melakukan aktivitas jual beli, seseorang tidak bisa bermuamalah secara sendirian, bila ia menjadi penjual, maka sudah jelas ia memerlukan pembeli, dan seterusnya.<sup>4</sup>

Dewasa ini, banyak sekali usaha-usaha di berbagai bidang, misalnya usaha dari industri bisnis tempat-tempat kuliner, industri bisnis fotografi, sampai industri bisnis jasa laundry kiloan. Usaha-usaha tersebut menyajikan banyak macam barang dan/atau jasa dengan segala kelebihannya masing-masing yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dan kemudian

---

<sup>1</sup> Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011) hlm. 31

<sup>2</sup> Muhammad Arifin bin Badri, *Sifat Perniagaan Nabi SAW*, (Jakarta : Darul Ilmi, 2012) hlm 1-2

<sup>3</sup> Muhammad Arifin bin Badri, *Sifat Perniagaan Nabi SAW*, hlm. 65

<sup>4</sup> Muhammad Arifin bin Badri, *Sifat Perniagaan Nabi SAW*, hlm. 31

konsumen tersebut memutuskan untuk membeli barang dan/jasa tersebut demi memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari.

Maraknya usaha-usaha bisnis dewasa ini, bukan berarti para pemilik usaha diperbolehkan untuk memikirkan kepuasan dan keselamatan konsumennya. Pada dasarnya kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya akan tercapai apabila konsumen tersebut memperoleh barang dan/jasa yang dibutuhkannya itu, sesuai dengan selera dan tidak merugikan dirinya, baik dari segi ekonomi, kesehatan, kegunaan serta keselamatannya. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dilakukan dengan menarik manfaat atau kegunaan suatu produk. Manfaat atau kegunaan suatu produk dilihat dari teori ekonomi adalah ditimbulkan dari kegunaan (*utilities*), karena bentuk kegunaan karena tempat, kegunaan karena waktu, dan kegunaan karena kepemilikan.<sup>5</sup>

Islam memandang kegiatan transaksi bisnis sebagai suatu aktivitas yang memiliki nilai ganda bagi kehidupan individu dan masyarakat dalam memenuhi hajat material dan spiritualnya. Melalui interaksi dan transaksi antara penjual dan pembeli yang kemudian apa yang dikenal dengan pasar, yaitu tempat di mana antara penjual dan pembeli bertemu dalam rangka melaksanakan aktivitas jual-beli, atau tempat dimana penjual menawarkan barang maupun jasa kepada pembeli, mendapat apresiasi positif dalam Islam selama tidak dilakukan di luar konteks yang digariskan Islam.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Sofjan Sauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1987), hlm.16.

<sup>6</sup> Muhammad Arifin bin Badri, *Sifat Perniagaan Nabi SAW*, hlm 93.

Perkembangan ekonomi khususnya di bidang perdagangan, telah membawa manfaat bagi para konsumen, yakni semakin banyaknya pilihan barang dan jasa yang ditawarkan, dengan aneka jenis yang berkualitas. Seiring dengan kemajuan teknik dan informasi yang semakin canggih serta pola distribusi yang modern dan meluas, konsumen dapat berinteraksi sampai ke pelosok tanah air.

Di era globalisasi dan perdagangan bebas ini, dengan dukungan ilmu pengetahuan, teknologi, dan informasi yang mudah di dapat, maka semakin luas alur keluar dan masuknya barang dan jasa melintasi batas-batas negara. Hal ini mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan produk barang dan jasa.<sup>7</sup>

Kondisi demikian telah memberi banyak manfaat bagi para konsumen, namun di sisi lain konsumen menjadi objek aktivitas bisnis bagi para pelaku usaha yang mengharapkan keuntungan sebesar-besarnya baik para pelaku usaha yang mengharapkan keuntungan sebesar-besarnya baik melalui promosi, pemotongan harga, maupun penjualan yang sering merugikan para konsumen.

Hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa kedudukan konsumen sangat lemah karena tingkat kesadaran dan tingkat pendidikan konsumen relatif rendah, hal ini diperburuk dengan anggapan sebagian pengusaha yang rela melakukan apapun demi produk mereka, tanpa memperhitungkan kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen, juga pemahaman mereka tentang asas-

---

<sup>7</sup> Sri Neni Imaniati, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam*, (Bandung: Mandarmaju, 2002).hlm 161.

asas bisnis yang tidak benar, mereka beranggapan dalam berbisnis harus memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, ada juga yang beranggapan bahwa bisnis itu tidak mempunyai nurani dan memerlukan banyak biaya maka akan merugikan apabila dibebani oleh biaya-biaya sosial, dan sebagainya. Perhatian terhadap perlindungan konsumen sangat diperlukan mengingat setiap orang memiliki hak-hak sendiri, maka dalam keadaan apapun, konsumen tidak boleh dirugikan harus ada rasa kepercayaan, kenyamanan dan keadilan terhadap masing-masing pihak. Oleh karena itu diadakan pemberdayaan konsumen.<sup>8</sup>

Dalam hal ini Islam telah mengajarkan bahwa setiap perbuatan yang merugikan pihak lain itu dilarang, terutama dalam transaksi atau pemakaian barang/jasa. Sebagaimana tercantum dalam Al-qur'an surat An-Nisa' ayat 29:

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*<sup>9</sup>

Para ulama mengatakan **عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ** (kalian saling ridha): Jual beli itu harus dilandasi dengan keikhlasan dan keridhoan. Artinya tidak boleh ada kedhaliman, penipuan, pemaksaan dan hal-hal lain yang merugikan kedua pihak. Oleh karena itu, pembeli berhak mengembalikan barang yang dibeli ketika mendapati barangnya tidak sesuai dengan yang diinginkan. Tentang kejujuran, sejarah Islam telah mencatat banyak kisah tentang hal itu. Di

<sup>8</sup> Sri Neni Imaniati, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam*, hlm 162

<sup>9</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*, (Semarang: CV Thaha Putra 1989), hlm. 404

antaranya, sebagaimana dikisahkan oleh Imam Ghazali, yang dinukil oleh Syaikh Yusuf Qordhawi dalam bukunya “*a/- Iman wal-Hayah*” bahwa Yunus bin Ubaid berjualan pakaian dengan harga yang beragam. Ada yang berharga 200 dirham dan ada juga 400 dirham. Ketika ia pergi untuk sholat, anak saudaranya menggantikan untuk menjaga kios. Pada saat itu datang seorang Arab Badui (kampung) membeli pakaian yang berharga 400 dirham. Oleh sang penjual diberikan pakaian yang berharga 200 dirham. Pembeli merasa cocok dengan pakaian yang ditawarkan, maka dibayarlh dengan 400 dirham. Badui tersebut segera pergi dan menenteng pakaian yang baru ia beli. Dalam perjalanan, ia bertemu dengan Yunus bin Ubaid. Ia sangat paham bahwa pakaian yang di beli Badui tersebut adalah berasal dari kiosnya. Maka ditanyakanlah, “Berapa harga pakaian ini?” “Empat ratus dirham”. Yunus menjawab, “ Harganya tidak lebih dari dua ratus dirham, mari kita kembali untuk kukembalikan kelebihan uangmu”. Badui tersebut menjawab “Ditempat lain pakaian semacam ini harganya 500 dirham, dan saya sudah merasa senang”. “Mari kembali bersamaku, karena dalam pandangan agama kejujuran lebih berharga dari dunia seisinya” Sesampainya di kios, dikembalikannya sisi uang pembelian tersebut sebanyak 200 dirham.<sup>10</sup>

Dalam ayat tersebut Allah SWT, telah mengisyaratkan bahwa transaksi ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia harus dengan yang baik dan benar, yaitu harus saling merelakan dan dengan cara cara-cara yang tidak dilarang oleh agama. Manusia sebagai agen perubahan sosial dalam Islam

---

<sup>10</sup> <http://mkitasolo.blogspot.com/2011/12/tafsir-surat-nisa-4-ayat-29.html> diakses pada tanggal 10 Mei 2017 Pukul 16.00 WIB.

dalam melaksanakan aktivitas ekonomi harus dilandasi oleh kode etik dan nilai-nilai humanitas. Nilai-nilai tersebut sangat diperlukan sebagai penopang langkah dan pandangan manusia dalam rangka membangun sumber daya ekonomi dan sumber daya manusia agar sejalan dengan misi dasarnya sebagai khalifah Allah.<sup>11</sup> Disyaratkan atas dasar suka sama suka dalam perdagangan untuk menunjukkan bahwa akad perdagangan tersebut bukan akad riba, karena riba bukan termasuk perdagangan, bahkan menyelisihi maksudnya, dan bahwa kedua belah pihak harus suka sama suka dan melakukannya atas dasar pilihan bukan paksaan. Oleh karena itu, jual beli gharar (tidak jelas) dengan segala bentuknya adalah haram karena jauh dari rasa suka sama suka. Termasuk sempurna rasa suka sama suka adalah barangnya diketahui dan bisa diserahkan.

Pembeli atau konsumen seharusnya dalam bertransaksi atau menerima barang dalam kondisi yang baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu ketika ada kekurangan-kelurangan pada suatu barang.<sup>12</sup> Dengan demikian terjadi rasa saling ridha satu sama lain dalam jual-beli. Di zaman yang semakin modern dan teknologi yang canggih ini. Untuk menarik perhatian dari ketatnya persaingan bisnis. Para produsen membuat konsumen agar tertarik membeli barang tersebut dengan cara mengadakan diskon, dan banyak cara untuk membuat diskon.

*Forinstinc* adalah salah satu bisnis Bisnis Clothing yang dikembangkan di wilayah kabupaten Sukoharjo. Produk-produk yang

---

<sup>11</sup> Muhammad, *Aspek Hukum dalam Muamalat*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2007), hlm. 81

<sup>12</sup> Rafik Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 72

diperdagangkan merupakan kemeja, kaos dan pomade. Orientasi bisnis Clothing ini adalah kalangan anak muda. Diskon juga menjadi salah satu cara yang digunakan oleh *Forinstinc* untuk menarik perhatian konsumen. Model diskon yang diberikan adalah *buy one get one*, beli satu dapat satu. Harga yang ditawarkan murni masih normal dan tidak ada upaya untuk *me-markup* terlebih dahulu. Harga ini bisa sama di tempat lain, dan yang membedakan beli dengan harga sama konsumen masih mendapatkan nilai tambah produk lain dengan gratis. Permasalahan yang muncul adalah adanya kecurigaan dari konsumen terkait dengan harga awal yang seharusnya. Pada umumnya konsumen berasumsi bahwa harga yang ditawarkan sebenarnya sudah dinaikkan terlebih dahulu baru kemudian diterapkan *diskon buy 1 get 1*. Masyarakat mempersepsikan bila harga dijual dengan harga normal, dan kemudian harus memberikan 1 tambahan baju untuk *diskon buy 1 get 1*, penjual diasumsikan akan merugi. Hal ini artinya masih ada norma kejujuran yang masih dipertanyakan oleh masyarakat atau konsumen. Dalam praktek diskon ini sangat erat hubungannya dengan kaedah hukum jual beli dimana didalamnya juga harus mengandung unsur etika bisnis Islam. Apakah penerapan diskon dalam transaksi jual beli itu sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam?

Oleh karena itu penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Diskon dalam Perdagangan Ditinjau dari Hukum Islam (Studi Kasus Penerapan Diskon pada Bisnis *Clothing* Sukoharjo)”.

## B. Pembatasan Masalah dan Perumusan Masalah

Agar tidak melebar dan fokus dalam pembahasan ini, maka penulis berusaha untuk memberikan sebuah batasan dan rumusan atas permasalahan yang penulis bahas. Pembatasan masalah dimaksudkan agar masalah lebih terfokus dan spesifik, serta untuk menghindari kemungkinan terjadi tumpang tindih dengan masalah lain diluar penelitian, sedangkan rumusan dimaksudkan untuk menentukan acuan langkah-langkah penelitian.

### 1. Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah penelitian kepada *diskon buy 1 get 1* karena *diskon buy 1 get 1* yang terdapat disana sangat berbeda dengan diskon pada umumnya. Kebanyakan diskon yang ada supermarket ataupun perusahaan lainnya mensyaratkan menjadi menjadi anggota dan menggunakan kartu. Namun lain halnya di *diskon buy 1 get 1*, konsumen yang berbelanja 1 barang akan memperoleh bonus barang 1 seharga yang sama.

### 2. Perumusan Masalah

Dari pembatasan masalah tersebut dapat dirumuskan pokok masalah dalam penelitian ini adalah

- a. Bagaimanakah hukum penggunaan diskon dalam transaksi jual beli menurut perspektif hukum Islam?
- b. Bagaimanakah persepsi masyarakat terhadap penerapan diskon dalam transaksi jual beli menurut perspektif hukum Islam?



### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk

- a. Mengetahui hukum penggunaan diskon dalam transaksi jual beli menurut perspektif hukum Islam.
- b. Mengetahui persepsi masyarakat terhadap penerapan diskon dalam transaksi jual beli menurut perspektif hukum Islam.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Program Akademisi

Skripsi bisa menambah literatur dalam pengkajian ilmu-ilmu yang dipelajari serta sebagai referensi kepustakaan dalam mengembangkan khasanah keislaman khususnya dibidang hukum Islam.

2. Bagi Masyarakat Umum

Agar mengetahui hukum penggunaan diskon dalam transaksi jual-beli sehingga tidak ragu lagi melakukan praktek jual beli dengan diskon.

### **E. Kajian Teori**

1. Penerapan Diskon

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

pemasaran<sup>13</sup>. Menurut Arif Isnaini menyebutkan potongan merupakan pengurangan terhadap harga yang telah ditetapkan. Hal tersebut dikarenakan pembeli memenuhi syarat yang telah ditetapkan

## 2. Hukum diskon berdasarkan perspektif Hukum Islam

Adapun dasar hukum diskon berdasarkan perspektif Hukum Islam adalah

### a. Surat al-Baqarah, 275:

“.....padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.....”

### b. Surat An-Nisa' ayat 29,

*“Hai orang-orang beriman janganlah engkau memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.*

## 3. Diskon secara umum

Diskon merupakan pengurangan dari harga daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang telah ditetapkan. Menurut Soemarso potongan penjualan atau potongan tunai (*cash discount*) adalah potongan harga yang diberikan apabila pembayaran dilakukan lebih cepat dari jangka waktu kredit<sup>3</sup>

## 4. Maksud pemberian diskon

Diskon diberikan dengan maksud sebagai daya tarik bagi pembeli untuk membeli dalam jumlah besar. Pemberian diskon memiliki manfaat bagi kedua belah pihak. Manfaat bagi penjual yaitu penjualan dalam jumlah banyak sehingga dapat mengurangi biaya produksi tiap unitnya.

---

<sup>13</sup> Arif Isnaini, Model dan Strategi Pemasaran (Makassar: Ntp Press, 2005), 89

Sedangkan manfaat bagi pembeli yaitu dapat mengurangi biaya pesan dan pembayaran harga satuan lebih rendah dari biasanya.

#### 5. Jenis-jenis Diskon

Menurut Yunarto<sup>14</sup>, jenis-jenis diskon yang banyak ditemui adalah sebagai berikut

- a. *Cash discount*. *Cash discount* (diskon kontan) adalah diskon yang diberikan perusahaan karena pembeli membayar lebih cepat. Sebagai contoh jika pembeli membayar dengan kontan maka pembeli akan mendapat potongan harga sebanyak 5%. *Cash discount* tidak berlaku hanya pada pembayaran kontan saja, tetapi diskon untuk *payment term* yang lebih cepat dari biasanya. Sebagai contoh kita temui istilah "3/5, net 30". Hal itu berarti bahwa standar pembayaran adalah 30 hari dan pembeli tidak akan mendapatkan diskon, tetapi jika pembeli membayar dalam tempo 5 hari maka pembeli akan mendapatkan diskon sebanyak 3 persen.
- b. *Quantity discount*. *Quantity discount* adalah diskon yang diberikan perusahaan karena pembeli membeli barang dalam volume yang besar. Terdapat beberapa kombinasi jenis ini. Diskon ini dapat dilakukan bertingkat, misalnya jika beli sebanyak 100 buah maka harga 9000, namun jika beli 500 buah harganya 8500, dan di atas 1000 buah harganya 8000. Dalam kasus ini ada dua kombinasi, kombinasi pertama adalah pembeli membeli sebanyak 550 maka total harganya

---

<sup>14</sup> Yunarto, Holy Iacun. 2006. *Business Concepts Implementation Series IN SALES AND DISTRIBUTION MANAGEMENT*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

adalah  $550 \times 8500 = 4,675,000$ . Kombinasi kedua adalah total harganya adalah  $(100 \times 9000) + (450 \times 8500) = 4,725,000$ . Terdapat kombinasi yang lain dalam *quantity discount*, yaitu diskon dapat diberikan secara non-kumulatif (kuantitas setiap pesanan) atau secara kumulatif (kuantitas dijumlahkan selama periode waktu tertentu).

- c. *Seasonal discount*. *Seasonal discount* (diskon menurut musim) adalah diskon yang diberikan pada pembeli ketika di luar musimnya. Sebagai contoh baju dingin akan didiskon ketika musim panas, perlengkapan Natal akan didiskon setelah hari Natal lewat, hotel akan didiskon ketika sedang tidak musim liburan, dan lain-lain. Diskon berdasar musim memiliki kombinasi sampai ke periode minggu, hari, bahkan sampai ke jam. Hotel di Puncak pada hari kerja (*week day*) akan didiskon, namun hotel di Jakarta berlaku kebalikannya karena justru pada hari sabtu dan minggu (*week end*) yang akan mendapat diskon.

## 6. Filosofi Jawa dalam Perdagangan

Tradisi dan kebudayaan Jawa merupakan entitas yang sudah amat tua dan besar pengaruhnya bagi kehidupan bersama dalam konteks kenegaraan dan kebangsaan Indonesia. Hal itu disebabkan bukan hanya karena populasi orang Jawa merupakan mayoritas rakyat Indonesia, melainkan juga karena sejak jaman penjajahan pun Jawa merupakan “pusat” pengendalian pemerintahan Hindia Belanda. Menurut Jatman orang Jawa tidak pernah melakukan kegiatan kebendaan an sich, termasuk

perdagangan. Semua kegiatan mereka lakukan dalam kaitan dengan keseimbangan antara keduniawian dan kerohanian.

Dalam falsafah Jawa konsep awal adalah jagad cilik (mikrokosmos) dan jagad gedhe (makrokosmos). Kegiatan bisnis merupakan transaksi antara kedua jagad itu. Transaksi itulah yang juga terjadi dalam pasar dalam pengertian sebenarnya.

Pasar menjadi pusat transaksi, sehingga persaingan bisnis. Begitu penting pasar sehingga dalam khasanah budaya Jawa dikenal pemeo kali ilang kedhunge, pasar ilang kumandhange. Artinya, kalau pasar sudah tidak ramai lagi, maka itu tanda akan terjadi bencana. Lanjutan pemeo itu adalah *wong Jawa kari separo*, *wong Cina kari sejodho*. Dalam kegiatan pasar yang juga merupakan pusat transaksi kebudayaan kemudian muncul pula pandangan *tuna satak bathi sanak* dan *ana rega ana rupa*. Pandangan tersebut terkait dengan masalah pemasaran dan bisnis yang menguatkan pendapat orang Jawa yang selalu menjaga keseimbangan antara duniawi dan rohani.

Konsep *ana rega ana rupa*, dalam filosofi Jawa, memiliki makna pentingnya kualitas, baik produk maupun jasa. Itu membuktikan orang Jawa pun memperhitungkan nilai (value); rasionalitas antara harga dan kualitas. Tentang kemungkinan di balik konsep *tuna satak bathi sanak* ada maksud tersembunyi bahwa orang Jawa tetap mementingkan lobi untuk meraih keuntungan. Pandangan Jawa berdasarkan konsep kebatinan dan menjaga keseimbangan dunia dan rohani yang menguatkan pendapat orang Jawa yang selalu menjaga keseimbangan antara duniawi dan rohani.

Konsep *ana rega ana rupa*, sebenarnya mengacu pada pentingnya kualitas, baik produk maupun jasa. Itu membuktikan orang Jawa pun memperhitungkan nilai (value); rasionalitas antara harga dan kualitas. Tentang kemungkinan di balik konsep *tuna satak bathi sanak* ada maksud tersembunyi bahwa orang Jawa tetap mementingkan lobi untuk meraih keuntungan. Pasar menjadi pusat transaksi, sehingga kuasailah pasar kalau ingin memenangi persaingan bisnis. Begitu penting pasar sehingga dalam khasanah budaya Jawa dikenal pemeo *kali ilang kedhunge, pasar ilang kumandhange*. Artinya, kalau pasar sudah tidak ramai lagi, maka itu tanda akan terjadi bencana. Lanjutan pemeo itu adalah wong Jawa kari separo, wong Cina kari sejedho. Dalam kegiatan pasar yang juga merupakan pusat transaksi kebudayaan kemudian muncul pula pandangan *tuna satak bathi sanak* dan *ana rega ana rupa*.

#### **F. Tinjauan (Review) kajian Terdahulu**

Pembahasan mengenai penggunaan diskon dalam Transaksi Jual-Beli menurut perspektif Fikih memang merupakan salah satu masalah hukum Islam, namun demikian ada juga yang membahas tentang masalah yang berkaitan dengan ini. Oleh karena itu penulis melakukan beberapa review studi terdahulu, agar nantinya penelitian ini menghasilkan sebuah penelitian yang baik, sebagai pengembangan wacana yang mungkin sudah ada literatur tersebut yaitu. "Perlindungan konsumen dalam perspektif hukum Islam: tinjauan terhadap undang-undang no.8/1999 tentang perlindungan konsumen" yang ditulis oleh Andi Syafrani, Fakultas Syariah dan Hukum. Dalam skripsi

ini menyebutkan bahwa Undang-undang tersebut sangat relevan dengan ajaran Islam tentang jual beli yang baik dalam hal melindungi konsumen dalam bertransaksi.

Dan juga skripsi Arifin, Fakultas Syariah dan Hukum dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemberian Potongan Harga Dengan menggunakan Kartu Member dalam Transaksi Jual Beli dan Relevansinya dengan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Alfamart Kelurahan Ngalian Semarang) yakni membahas pemberian potongan harga dengan kartu member tanpa harus membayar setiap tahunnya menurut Hukum Islam dan relevansinya dengan UU Perlindungan Konsumen dalam penerapannya.

Ada pula Skripsi Abdul Hakim 2005 dengan judul " Transaksi Jual Beli melalui *Electronic Commerce (E-commerce)* Dipandang dari Hukum Perikatan Islam. Dalam skripsi ini membahas mengenai transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet yang disandarkan pada ketentuan-ketentuan yang tertuang dalam Hukum Perikatan Islam.

Satu lagi skripsi dengan judul "Pencurian Kartu Kredit untuk transaksi Jual Beli melalui internet menurut hukum Islam dan Hukum positif Indonesia" ditulis oleh Teguh Santoso tahun 2007. Skripsi ini membahas tentang pencurian kartu kredit yang digunakan untuk transaksi jual beli melalui internet dengan menyorot kepada hukum Islam dan hukum positif.

Dari skripsi semua di atas tentang transaksi jual-beli, berbeda halnya dengan judul skripsi yang penulis ambil. Dalam skripsi diatas penulis tidak

menemukan pembahasan yang saat ini sedang penulis bahas, yaitu mengenai Penggunaan Diskon dalam Transaksi Jual Beli menurut hukum Islam. Pembahasan dalam skripsi ini berbeda halnya dengan skripsi Arifin diatas, jika dia hanya membahas skripsi tentang kartu member yang diberikan secara cuma-cuma tanpa harus membayar menurut hukum Islam dengan relevansinya terhadap Undang-Undang Perlindungan konsumen, sedangkan skripsi yang penulis bahas disini adalah diskon yang dimana konsumen akan menerima 1 barang ketika membeli 1 barang (*buy 1 get 1*).

#### **G. Metode Penelitian**

Suatu metode ilmiah dapat dipercaya apabila disusun dengan mempergunakan suatu metode yang tepat. Metode merupakan cara kerja atau tata kerja untuk dapat memahami obyek yang menjadi sasaran dari ilmu pengetahuan yang bersangkutan. Metode adalah pedoman-pedoman, cara seseorang ilmuwan mempelajari dan memahami lingkungan-lingkungan yang dihadapi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut:

##### **1. Metode Pendekatan**

Dalam ini penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif, yang memiliki karakteristik alami (*natural setting*) sebagai sumber data langsung, deskriptif, proses lebih dipentingkan daripada hasil, analisis data kualitatif cenderung dilakukan secara analisa induktif dan makna merupakan hal yang esensial.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Lexi Moeleong. *Metotodologi penelitian Kualitatif*, Cet. 13,(Bandung: PT. Remaja Rosda karya, 2002), hlm.135.



Dalam masalah ini prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subyek/obyek penelitian (seorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak, atau sebagaimana adanya.<sup>16</sup>

Dari pemaparan di atas Penulis berusaha memaparkan suatu kejadian dan peristiwa. Metode ini berguna untuk melahirkan teori-teori tentative, metode deskriptif berusaha mencari bahan bukan mengujinya, penelitian ini lahir karena kebutuhan.

Penelitian ini memerlukan kualifikasi, yaitu peneliti harus memiliki sifat yang represif (mau menerima) yang berarti harus selalu mencari informasi, bukan menguji kebenaran suatu teori dan penelitian harus memiliki kekuatan *integrative*, yaitu kekuatan untuk memadukan berbagai informasi yang diperoleh menjadi satu kesatuan penafsiran.

## 2. Jenis Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memilih studi kepustakaan (*library research*). Penulis mencari bahan-bahan dari sumber tulisan yang berhubungan dengan permasalahan judul skripsi.

## 3. Sumber Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik Studi Pustaka, yaitu menyelidiki dokumen-dokumen tertulis untuk memperoleh data yang terdiri dari:

---

<sup>16</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Cet. 12, (Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press 2007), hlm. 67.

- a. Sumber data primer yaitu kitab suci Al-Quran, Hadist, Kitab Fikih dan lain-lain
- b. Sumber data sekunder yaitu data yang di peroleh dari bahan-bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan primer seperti, buku teks, Dokumen-dokumen, Analisis data, Biografi, Kamus, maupun data dari internet (website).

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penulisan skripsi ini adalah dengan di peroleh dari hasil riset pustaka yaitu dengan mencari informasi-informasi dari data sekunder, primer dan literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah yang sedang diangkat.

#### 5. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data yang telah dihimpun, penulis menggunakan beberapa metode, yaitu:

- a. Metode induktif, yaitu pengambilan kesimpulan yang dimulai dari kesimpulan atau fakta-fakta khusus menuju kepada kesimpulan yang bersifat umum.<sup>17</sup> Jadi metode induktif adalah menganalisa data yang bersifat khusus kemudian ditarik kesimpulan secara umum, oleh karena dalam penelitian sebagai isi dari skripsi ini, penulis mencari berdasarkan literarture tentang judul yang sedang penulis teliti kemudian dari temuan tersebut dilakukan analisa atau kesimpulan secara umum.

---

<sup>17</sup> Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*, Cet ke 7, (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2003), hlm.7.

- b. Metode deduktif, menarik fakta atau kesimpulan yang bersifat umum, untuk dijadikan fakta atau kesimpulan umum yang bersifat khusus.<sup>18</sup>

## **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penyusunan skripsi ini, penulisan membaginya kepada lima bab, yang garis besarnya penulis gambarkan sebagai berikut:

### **BAB I: Pendahuluan**

Merupakan bagian pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, identifikasi, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan. Dengan berangkat dari pendahuluan kita sudah mengetahui garis besar penelitian Bab pertama ini adalah sebagai pengantar. Adapun isi penelitian seluruhnya tertuang dalam bab II, III, IV. Inti dari penelitian seluruhnya tertuang dalam bab V, berisi kesimpulan dan saran.

### **BAB II: Tinjauan Pustaka**

Pengertian Filosofis Dagang Jawa, Pengertian Jual Beli dalam Hukum Islam, Dasar Hukum Jual Beli, Rukun dan Syarat Jual Beli, Jual Beli yang Dilarang dan yang Diperbolehkan.

### **BAB III : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Membahas tentang gambaran umum *Forinstinc* Sukoharjo, hukum penggunaan diskon dalam transaksi jual beli menurut perspektif hukum Islam, dan persepsi masyarakat terhadap penerapan diskon dalam transaksi jual beli menurut perspektif hukum Islam.

---

<sup>18</sup> Sutrisno Hadi, *Metodelogi Penelitian Research*, (Jakarta: PT. Moyo Segoro Agung, 2007), hlm. 56.

**BAB V : Penutup**

Sebagai bab penutup, berisikan Kesimpulan dan Saran. Bab ini merupakan rangkaian akhir dari penulisan skripsi yang meliputi; kesimpulann, saran-saran, kata penutup. Sedangkan pada bagian akhir skripsi ini berisi daftar pustaka, dan lampiran-lampiran.