

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk yang tidak bisa memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri. Oleh karena itu, manusia memerlukan bantuan dari sesama manusia di lingkungannya.¹ Sifat sosial yang dimiliki oleh manusia untuk menjalankan fungsi sosial yang ada di masyarakat yaitu agar dapat membantu satu sama lain dan tidak dapat dipisahkan dari kegiatan bermuamalah. Konsep muamalah digunakan untuk mengatur hubungan antara manusia, dengan tujuan mencapai kemaslahatan dan menghindari kemudharatan. Konsep ini diatur dalam hukum Islam yang memberikan pedoman dalam melakukan transaksi agar sesuai dengan prinsip-prinsip yang dikehendaki agama.

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia berinteraksi dengan orang lain melalui kegiatan bisnis. Tidak dapat dipungkiri, kegiatan berbisnis sangat penting dalam memenuhi berbagai kebutuhan manusia, baik materi maupun non materi. Bisnis mempunyai peran yang luas dan penting dalam masyarakat karena kebutuhan manusia cenderung tidak terbatas dan terus berkembang. Bisnis memiliki peran sebagai sarana produksi atau penyedia barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam konteks sistem ekonomi pasar, bisnis berperan sebagai penghubung antara produsen dan konsumen. Bisnis bertugas mengorganisir dan mengelola proses produksi serta mendistribusikan produk kepada konsumen. Melalui bisnis, manusia dapat memperoleh makanan, pakaian, tempat tinggal, kendaraan, peralatan rumah tangga, dan berbagai produk serta layanan lainnya yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari.

Selain itu, bisnis juga berperan dalam menciptakan dan menyediakan lapangan pekerjaan. Bisnis memberikan kesempatan bagi individu untuk menghasilkan pendapatan, memenuhi kebutuhan hidup, dan meningkatkan

¹ Listia, Wan Nova. "Anak sebagai makhluk sosial." *Jurnal Bunga Rampai Usia Emas* 1.1 (2015): 14-23.

standar hidup serta kesejahteraan. Di samping itu, perusahaan juga memiliki peran penting dalam sumbangan pendapatan kepada pemerintah melalui pembayaran pajak. Pendapatan tersebut digunakan untuk mendanai program dan proyek pemerintah serta menjaga stabilitas ekonomi negara.

Selanjutnya, bisnis juga menjadi pendorong inovasi dan pengembangan teknologi melalui penelitian dan pengembangan yang dilakukan perusahaan. Inovasi bisnis memberikan manfaat bagi masyarakat dengan menyediakan solusi yang lebih baik dan mendorong perkembangan teknologi yang bermanfaat. Tak hanya itu, banyak juga bisnis yang terlibat dalam kegiatan sosial dan memiliki tanggung jawab perusahaan. Mereka berpartisipasi dalam kegiatan amal, memberikan sumbangan, dan mendukung program-program sosial untuk membantu masyarakat yang membutuhkan.

Islam mengajarkan bahwa, berdagang merupakan kegiatan yang sangat dianjurkan dan diberikan nilai positif. Rasulullah SAW dalam haditsnya menyatakan bahwa “9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui berdagang”.² Hadits ini menunjukkan pentingnya berdagang dalam mencari nafkah dan menghasilkan rezeki. Menurut perspektif Islam, umat Muslim diajarkan untuk terlibat secara aktif dalam kegiatan ekonomi dan mencari cara yang halal untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan cara berdagang yang menjadi salah satu sarana untuk memperoleh dan memberikan manfaat ekonomi bagi individu dan masyarakat secara menyeluruh.

Hadits tersebut memberikan inspirasi dan motivasi kepada umat Muslim untuk terlibat dalam kegiatan bisnis yang adil, jujur, dan beretika. Umat Muslim diharapkan dapat memperoleh keberkahan dalam segi materi dan spiritual. Islam memandang perdagangan sebagai salah satu cara untuk mencapai kehidupan yang berkecukupan dan membantu dalam memajukan ekonomi individu, keluarga, dan komunitas secara keseluruhan. Hal ini menekankan pentingnya menjalankan bisnis dengan prinsip-prinsip Islam,

² Salim, M. Jual Beli Secara *Online* Menurut Pandangan Hukum Islam. *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana dan Ketatanegaraan*, 6(2), 2017, hlm. 371-386.

termasuk menghindari riba, ketidakadilan, penipuan, dan praktik-praktik yang tidak sesuai dengan ajaran agama serta mengikutsertakan diri dalam perdagangan yang halal dan berkeadilan seperti dalam potongan Q.S. Al-Baqarah ayat 275, bahwa perdagangan merupakan sesuatu yang diperbolehkan:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

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

Perkembangan teknologi yang sangat pesat berdampak besar bagi segala aspek yang salah satunya adalah pemanfaatan internet yang merupakan sarana elektronik yang dapat dipergunakan untuk berbagai aktivitas seperti komunikasi, transaksi bisnis dan lainnya.³ Di era ekonomi digital, penggunaan layanan pembelian melalui internet (*online shopping*) di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Perubahan yang pesat dalam bidang teknologi telah mengubah gaya hidup konsumen, cara berbelanja, dan interaksi antara individu.

Di masa lalu, transaksi jual beli umumnya dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli yang bertemu dan melakukan transaksi secara manual. Namun, dengan adanya sistem digital, penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara langsung karena transaksi jual beli dan pembayaran dapat dilakukan secara virtual melalui internet, terutama melalui perangkat *smartphone*.⁴

Perubahan ini telah menghadirkan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen, yang kini dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja tanpa harus pergi ke toko fisik. Adanya platform *online shopping*, membuat konsumen dapat mengakses berbagai produk dan layanan dari berbagai penjual dan memilih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Selain itu, internet juga memungkinkan konsumen untuk membandingkan harga, membaca ulasan produk, dan melihat testimoni dari konsumen lain sebelum

³ Mahkota, A. P., & Suyadi, I. Pengaruh kepercayaan dan kenyamanan terhadap keputusan pembelian *Online*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, (2014)

⁴ Muhammad Iqbal, Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Barang Atau Jasa Di Tokopedia (Jakarta, Universitas Negeri Jakarta, 2022)

melakukan pembelian. Sistem *online shopping* juga memberikan kesempatan bagi penjual untuk mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan aksesibilitas produk mereka dengan memanfaatkan internet. Penjual dapat mempromosikan produk, menjalin hubungan dengan pelanggan, dan menjalankan bisnis tanpa batasan geografis.

Namun, dengan semua kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan oleh *online shopping*, juga ada tantangan dan risiko yang perlu diatasi. Beberapa masalah yang muncul termasuk keamanan transaksi *online*, privasi data, dan perlindungan konsumen. Penting bagi pelaku bisnis dan pemerintah untuk mengembangkan kebijakan dan regulasi yang memastikan perlindungan konsumen serta keamanan transaksi *online*. Secara keseluruhan, perubahan dalam bidang teknologi, terutama penggunaan internet dan layanan *online shopping*, telah mengubah cara konsumen berbelanja dan berinteraksi dengan penjual. Hal ini memberikan dampak yang signifikan pada sektor ekonomi dan membuka peluang baru bagi pengembangan bisnis dalam era digital.

Berbelanja melalui *online shop* telah menjadi pilihan yang populer di kalangan banyak orang, terutama di masyarakat Indonesia. Keunggulan dari berbelanja melalui *online shop* adalah kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkannya. Konsumen dapat berbelanja di *online shop* di mana saja dan berinteraksi dengan penjual tanpa perlu bertemu secara langsung. Hal ini merupakan alternatif yang lebih praktis daripada belanja konvensional dengan cara mengunjungi toko fisik.

Perkembangan perdagangan elektronik telah mendorong banyak perusahaan dan pelaku bisnis untuk mencari keunggulan dalam bersaing dengan memanfaatkan teknologi *E-commerce* dalam berinteraksi dengan konsumen. Kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja *online* menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Persaingan yang kompetitif mendorong

perusahaan untuk menjadi kreatif dalam memasarkan produk mereka guna menarik perhatian konsumen.⁵

Di lingkungan bisnis *online* yang kompetitif, perusahaan berusaha untuk menawarkan pengalaman belanja yang menarik dan memuaskan bagi konsumen. Mereka menggunakan berbagai strategi pemasaran dan promosi untuk menarik perhatian konsumen, seperti diskon, voucher, *cashback*, dan penawaran khusus lainnya. Perusahaan juga berfokus pada inovasi produk dan pengembangan platform *online* yang lebih *user-friendly* untuk meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen. Upaya perusahaan mempertahankan dan menarik konsumen, perusahaan juga harus memperhatikan kualitas produk, layanan pelanggan yang responsif, keamanan transaksi *online*, serta kecepatan dan kehandalan pengiriman produk. Semua ini dilakukan agar konsumen merasa puas dengan pengalaman belanja mereka dan menjadi pelanggan setia.

Dalam rangka memenuhi harapan konsumen dan menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan *online shop* terus berupaya untuk mengembangkan strategi bisnis yang inovatif dan efektif. Oleh karena itu, mereka dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Secara keseluruhan, berbelanja *online* memberikan kemudahan dan kepraktisan bagi konsumen, sementara perusahaan *online shop* berusaha untuk bersaing dengan kreativitas dan inovasi dalam memasarkan produk mereka. Hal ini menciptakan lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif dalam perdagangan elektronik.

Kemudahan dalam berbelanja *online* didukung oleh berbagai aplikasi pendukung yang tersedia di *smartphone*, salah satunya adalah aplikasi *E-commerce* Shopee. Menurut riset terbaru iPrice, Shopee menjadi aplikasi *E-commerce* yang paling banyak digunakan oleh pengguna aktif bulanan

⁵Fransiscus Amonio Halawa, *PELUANG BISNIS ONLINE SITUS VOUCHER DISKON*, *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan, Universitas Bunda Mulia, Vol.3, No.1, 2018, hlm. 104*

(MAU) di Indonesia.⁶ Keberadaan Shopee memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari dan mendapatkan produk yang mereka inginkan dimanapun dan kapanpun. Adanya aplikasi Shopee, konsumen dapat mengakses ribuan produk dari berbagai kategori dengan mudah dan cepat. Melalui aplikasi ini, konsumen dapat melakukan pencarian produk, membandingkan harga, membaca ulasan dari konsumen lain, dan melihat deskripsi produk secara lengkap. Fitur-fitur tersebut membantu konsumen dalam menemukan produk yang mereka cari tanpa harus repot pergi ke toko fisik.

Kehadiran Shopee juga memberikan aksesibilitas yang lebih luas bagi konsumen. Hanya menggunakan *smartphone* dan koneksi internet, konsumen dapat mengakses Shopee dari mana saja baik di rumah, di tempat kerja, atau saat bepergian. Tidak ada batasan waktu dan tempat dalam berbelanja melalui aplikasi Shopee, sehingga konsumen memiliki fleksibilitas untuk melakukan transaksi kapan pun mereka menginginkannya. Selain kemudahan dalam mencari produk, Shopee juga menawarkan berbagai promo dan diskon kepada konsumen sebagai salah satu bentuk strategi penjualan yang digunakan untuk menarik minat konsumen agar melakukan pembelian barang. Hal ini menjadi daya tarik tambahan bagi konsumen untuk menggunakan aplikasi Shopee dalam berbelanja. Penawaran diskon dan promo memberikan kesempatan bagi konsumen untuk mendapatkan produk dengan harga yang lebih terjangkau.

Diskon menjadi faktor penarik bagi pembeli untuk melakukan pembelian dalam jumlah besar. Namun, terkadang barang yang didiskon adalah barang yang kurang diminati atau berkualitas rendah. Meskipun demikian, penjual tidak merasa dirugikan karena diharapkan efek dari diskon tersebut akan kembali di masa yang akan datang dalam bentuk lain, seperti loyalitas pembeli atau penguatan merek produk. Diskon dapat

⁶ <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (Di akses pada tanggal 23 November 2022)

menjadi strategi yang efektif dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dan meningkatkan kesadaran merek⁷.

Selain itu, diskon juga dapat menciptakan dorongan konsumsi yang meningkatkan volume penjualan dan menggerakkan barang yang mungkin mengalami penurunan minat pembeli. Dengan memberikan diskon, penjual memiliki kesempatan untuk memperoleh keuntungan melalui peningkatan jumlah penjualan dan potensi mendapatkan konsumen yang loyal di masa depan. Namun, dalam memberikan diskon, penting bagi penjual untuk tetap mempertimbangkan kualitas produk yang ditawarkan. Diskon yang diberikan sebaiknya tidak mengorbankan kualitas barang atau mengarahkan konsumen untuk membeli barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Penting bagi penjual untuk menjaga reputasi dan kepercayaan konsumen dengan memberikan diskon yang bermanfaat dan tetap menjaga kualitas produk yang dijual.

Namun, pada kenyataannya seringkali ditemukan praktik di mana harga barang yang didiskon sebenarnya tidak mengalami potongan harga yang signifikan. Praktik ini dilakukan dengan cara menaikkan harga produk terlebih dahulu sebelum memberikan diskon. Fenomena ini menyebabkan sebagian konsumen terperdaya oleh diskon tersebut, sehingga mereka tergoda untuk membeli barang yang didiskon. Beberapa konsumen yang memiliki pengetahuan tentang harga referensi menyadari bahwa harga barang yang didiskon sebenarnya telah dinaikkan terlebih dahulu. Sebagai contoh, sebelum penjual memberikan diskon sebesar 50%, penjual secara sengaja meningkatkan harga barang sebelumnya. Misalnya, harga awal yang tertera adalah Rp100.000, namun penjual meningkatkannya menjadi Rp200.000 sebelum memberikan diskon sebesar 50%. Akibatnya, setelah diberi diskon harga tetap sama yaitu Rp100.000. Oleh karena itu, disarankan bagi konsumen untuk melakukan pengecekan harga barang di tempat lain

⁷ Ainurrofiqin, Moh. 99 *Strategi Branding di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek*. Anak Hebat Indonesia, 2021.

guna menghindari kasus dimana penjual sengaja menaikkan harga sebelum memberikan diskon.⁸

Dalam hal ini, konsumen perlu menjadi lebih bijak dan cermat dalam memperhatikan praktik-praktik penjualan diskon. Mereka sebaiknya melakukan perbandingan harga di berbagai tempat sebelum memutuskan untuk membeli produk yang sedang didiskon. Dengan melakukan pengecekan harga dan membandingkannya, konsumen dapat memastikan bahwa diskon yang diberikan benar-benar memberikan manfaat dan tidak hanya tipuan semata. Penting bagi konsumen untuk menjadi konsumen yang cerdas dan tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan saat berbelanja. Melakukan riset harga, membandingkan diskon, dan memeriksa ulasan konsumen lainnya adalah langkah-langkah yang dapat membantu menghindari penipuan dalam praktik jual beli dengan diskon sehingga konsumen dapat memperoleh barang dengan harga yang sebenarnya terdiskon dan menghindari penjual yang tidak jujur dalam strategi penjualan.

Di Indonesia, peraturan mengenai strategi diskon telah diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 11 huruf F dalam undang-undang tersebut menyatakan bahwa pelaku usaha yang melakukan penjualan melalui metode obral atau lelang dilarang untuk mengelabui atau menyesatkan konsumen dengan menaikkan harga atau tarif barang dan jasa sebelum melakukan obral. Pelanggaran terhadap aturan ini dapat dikenai sanksi pidana dengan hukuman maksimal 2 tahun penjara atau denda hingga 500 juta rupiah.⁹ Hal ini berkaitan dengan adanya unsur gharar yang melibatkan tipuan dalam transaksi jual beli, dimana harga barang atau jasa sengaja dinaikkan terlebih dahulu dari harga normal sebelum memberikan diskon. Untuk itu, perlu dilakukan penelitian dengan

⁸ <https://kamus.tokopedia.com/d/diskon/> (Di akses pada tanggal 23 November 2022)

⁹ Yasid, Muhammad, et al. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Obral dengan Iklan Tanpa Informasi yang Jelas." *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana 2.2* (2020): 110-118.

judul "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Dalam Bentuk Diskon Pada Jual Beli Berbasis *Online*".

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek hukum dan ekonomi syariah terkait strategi pemasaran diskon dalam transaksi jual beli berbasis *online*. Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai strategi pemasaran dalam bentuk diskon pada jual beli berbasis *online* di *marketplace* Shopee, serta tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap strategi diskon dalam transaksi jual beli berbasis *online* di *marketplace* Shopee. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai strategi diskon dalam konteks hukum ekonomi syariah. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha dan pemerintah dalam mengatur dan mengawasi praktik diskon, sehingga dapat melindungi konsumen dari praktik yang merugikan dan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini fokus pada masalah yang terkait dengan strategi diskon. Berdasarkan paparan latar belakang yang telah disajikan, terdapat beberapa permasalahan yang akan dirumuskan dan dipecahkan secara ilmiah melalui penelitian ini. Berikut adalah beberapa permasalahan yang akan diangkat:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam bentuk diskon pada pelaksanaan jual beli berbasis *online* di *Marketplace* shopee?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap strategi diskon dalam transaksi jual beli berbasis *online* di *Marketplace* shopee?

Melalui penelitian ini, permasalahan-permasalahan di atas akan dikaji secara mendalam dan didukung oleh data dan analisis yang valid.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang praktik diskon dalam konteks jual beli berbasis *online*, terutama di platform Shopee.
2. Menyediakan pemikiran dan rekomendasi yang berdasarkan hukum ekonomi syariah guna meningkatkan transparansi dan keadilan dalam strategi pemasaran diskon.

D. Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas wawasan dan pengetahuan dalam bidang ilmu hukum, khususnya Hukum Ekonomi Syariah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi peneliti-peneliti di masa depan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang tersebut.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis bagi para pengguna *Marketplace* sebagai sumber informasi, referensi, dan panduan. Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang praktik diskon dalam jual beli berbasis *online*, terutama dalam konteks platform Shopee. Dengan demikian, konsumen akan dapat membuat keputusan pembelian yang lebih cerdas dan terinformasi, menghindari penipuan, serta menjaga kepentingan sebagai konsumen.

Melalui penelitian ini, diharapkan terciptanya kesadaran dan pemahaman yang lebih baik mengenai strategi diskon dalam transaksi jual beli berbasis *online*, khususnya di *Marketplace* Shopee. Sebagai hasilnya, diharapkan terjadi peningkatan transparansi, keadilan, dan kepercayaan dalam praktik bisnis *online* serta perlindungan yang lebih baik bagi konsumen.

E. Studi Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah membahas mengenai strategi diskon pada jual beli berbasis *online*, antara lain:

Tabel 1.1
Studi Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1	Muhammad Iqbal, 2022	“Pengaruh Diskon (Potongan Harga) Terhadap Keputusan Pembelian Barang Atau Jasa Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)”. ¹⁰	Peneliti terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian mengenai diskon.	Peneliti studi terdahulu dalam penelitiannya membahas tentang pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian barang atau jasa. Sedangkan, penulis membahas tentang strategi diskon.
2	Rindiani Putri, 2022	“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pembelian Voucher Diskon Pada Praktek Jual Beli di Aplikasi Shopee”. ¹¹	Peneliti terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian mengenai diskon pada praktek jual	Peneliti studi terdahulu dalam penelitiannya membahas tentang pembelian voucher diskon di aplikasi Shopee. Sedangkan, penulis membahas tentang

¹⁰ Muhammad Iqbal, *Pengaruh Diskon (Potongan Harga) Terhadap Keputusan Pembelian Barang Atau Jasa Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)*, (Jakarta, Universitas Negeri Jakarta, 2022)

¹¹ Rindiani Putri, *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pembelian Voucher Diskon Pada Praktek Jual Beli di Aplikasi Shopee*, (Banten, Universitas Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2022)

			beli berbasis <i>online</i> .	strategi diskon.
3	M. Ikhsan, 2017	“Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon (Studi Kasus Pada Toko Bata Jl. Yos Sudarso Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung)” ¹²	Peneliti terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian mengenai diskon pada praktek jual beli.	Peneliti studi terdahulu dalam penelitiannya membahas tentang system diskon secara langsung. Sedangkan penulis membahas tentang strategi diskon secara <i>online</i> .
4	Juwanto Edy Saputro, 2018.	“Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah” ¹³	Peneliti terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian mengenai diskon.	Peneliti studi terdahulu dalam penelitiannya membahas tentang pemberian diskon pada jual beli yang dilakukan secara langsung/ <i>offline</i> . Sedangkan, penulis membahas tentang strategi diskon pada jual beli yang dilakukan secara

¹² M. Ikhsan, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon (Studi Kasus Pada Toko Bata Jl. Yos Sudarso Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung)*, (Lampung, Insitut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017)

¹³ Juanto Edy Saputo, *Pemberian Diskon Dalam Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Cendrawasih Kota Metro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*, (Lampung, IAIN Metro, 2018)

				virtual/ <i>online</i> .
5	Muammar Khadafi, Lc., M.A, 2021	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Diskon Dengan Mark Up Terlebih Dahulu”. ¹⁴	Peneliti terdahulu dan penulis sama-sama melakukan penelitian mengenai diskon.	Penelitian studi terdahulu dalam penelitiannya membahas tentang tinjauan hukum islam terhadap sistem diskon dengan mark up terlebih dahulu. Sedangkan, penulis membahas tentang strategi diskon pada jual beli <i>online</i> .

Penelitian-penelitian tersebut memberikan wawasan dan pemahaman sebelumnya mengenai diskon. Namun, penelitian yang dilakukan sebelumnya belum secara khusus mengkaji aspek terkait strategi diskon dalam jual beli berbasis *online*. Oleh karena itu, penelitian ini akan melengkapi dan melihat perspektif baru dalam konteks tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap strategi diskon pada jual beli berbasis *online*.

F. Kerangka Pemikiran

Hukum Ekonomi Syariah merupakan cabang ilmu sosial yang mempelajari berbagai aspek hukum yang mengatur hubungan antara masyarakat dalam konteks kegiatan ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam¹⁵. Dalam mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju, Hukum Ekonomi Syariah dapat disesuaikan dengan konteks saat ini, namun

¹⁴ 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* 1.01 (2021): 45-45.

¹⁵ Habibullah, Eka Sakti. "Hukum Ekonomi Syariah dalam Tatanan Hukum Nasional." *Al-Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial* 5.09 (2017).

tetap didasarkan pada sumber-sumber utama seperti Al-Quran, Hadis, dan ijtihad para ulama dalam menetapkan hukum fiqh yang berlaku. Dalam berbagai kegiatan ekonomi, terdapat aspek-aspek yang saling terkait antara manusia dengan manusia lainnya, seperti perbankan, asuransi, gadai, utang piutang, jual beli, dan bidang-bidang lainnya yang diatur dalam hukum ekonomi syariah.¹⁶ Konsep dan prinsip-prinsip syariah diterapkan untuk memastikan adanya kesetaraan dan keadilan dalam transaksi ekonomi, serta memenuhi kebutuhan hidup manusia secara halal dan sesuai dengan ajaran agama Islam.

Jual beli secara *online* merupakan suatu aktivitas di mana penjual dan pembeli dapat melakukan negosiasi dan transaksi tanpa harus bertemu secara langsung.¹⁷ Dalam transaksi jual beli *online*, terdapat keterlibatan pihak ketiga yang bertanggung jawab atas pengiriman barang yang dilakukan oleh penjual dan pembayaran yang dilakukan oleh pembeli. Jual beli *online* memberikan beberapa keuntungan, seperti praktis, cepat, mudah, dan relatif murah.¹⁸ Dalam perspektif agama Islam, jual beli *online* diperbolehkan asalkan objek atau barang yang diperdagangkan tidak terlarang (haram) dan tidak melibatkan unsur riba (bunga), gharar (ketidakpastian atau penipuan), dan maisyir (perjudian). Prinsip-prinsip ini menjamin adanya transaksi yang sah dan sesuai dengan ajaran agama Islam dalam menjaga keadilan dan kehalalan dalam kegiatan ekonomi.

Dalam praktik jual beli, agama Islam memberikan pedoman mengenai syarat-syarat dan rukun-rukunnya, baik bagi penjual maupun pembeli, serta mengatur akad dan objek yang diperdagangkan. Konsep akad jual beli dalam Islam didasarkan pada prinsip ketuhanan, etika, kemanusiaan, dan keseimbangan. Oleh karena itu, Islam melarang adanya unsur *tadlis*

¹⁶ Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h.16

¹⁷ Pratama, Gama. "Analisis Transaksi Jual Beli *online* Melalui Website *Marketplace* Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19." *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah* 1.2 (2020): 21-34.

¹⁸ Desy Safira, Alif Ilham Akbar Fatriansyah. (2020). *Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Hasil Kajian dan Penelitian dalam bidang Keislaman dan Pendidikan, Vol. 5 No. 1. Hlm 61

(penyembunyian informasi), najasy (barang yang tercemar), dan gharar (ketidakpastian atau tipuan) dalam transaksi jual beli. Pada jual beli, terdapat perjanjian yang disebut akad, dimana dua pihak atau lebih sepakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perbuatan hukum tertentu.¹⁹ Dalam konteks jual beli *online*, akad digunakan untuk menggambarkan kesepakatan yang terjadi antara penjual dan pembeli. Akad ini melibatkan tindakan yang mengikat kedua belah pihak, seperti akad Salam dimana pembayaran dilakukan terlebih dahulu, kemudian barangnya diserahkan, atau bisa juga melibatkan pembiayaan di mana pembeli diwajibkan membayar sejumlah uang untuk pengiriman barang. Prinsip-prinsip akad ini mengatur hubungan antara penjual dan pembeli dalam jual beli *online*, dengan menjaga keadilan dan kehalalan dalam transaksi sesuai dengan ajaran agama Islam.²⁰

Terdapat berbagai strategi yang digunakan oleh penjual untuk mempengaruhi pembeli agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkannya. Salah satu strategi yang umum dilakukan adalah memberikan diskon, yaitu potongan harga dari harga asli produk. Diskon ini menjadi daya tarik bagi pembeli, dengan potongan harga yang bisa bervariasi mulai dari 5% hingga 70%.²¹ Dalam konteks jual beli dalam Islam, konsep diskon dapat ditemukan dalam akad *muwadla'ah* yang merupakan bagian dari prinsip jual beli yang melibatkan perbandingan antara harga jual dan harga beli. Dalam akad *muwadla'ah*, penjual menjual barang dengan harga lebih rendah dari harga pasar atau memberikan potongan (diskon). Namun, perlu diperhatikan bahwa barang yang dikenai diskon perlu diawasi dengan cermat. Hal ini karena barang yang didiskon seringkali merupakan barang yang kurang diminati atau memiliki kualitas yang rendah. Oleh karena itu, pembeli perlu teliti dalam memilih barang

¹⁹ Mahkamah Agung RI, (2013). *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Ditjen Badilag Mahkamah Agung RI) hlm. 9

²⁰ Desy Safira, Alif Ilham Akbar Fatriansyah. Loc.cit.

²¹ Ega Nata Wardana, *Pendapat Ulama Kota Pontianak Terhadap Jual Beli Dengan Sistem Potongan Harga (Diskon) Menurut Hukum Islam*, (Universitas Tanjungpura, 2018)

sebelum melakukan pembelian agar menghindari adanya penyimpangan yang dapat menyebabkan kerugian bagi salah satu pihak.

Menurut pandangan Islam, sistem perdagangan dengan menggunakan potongan harga (diskon) diperbolehkan selama tidak melibatkan praktik yang dilarang, seperti penipuan terhadap konsumen, merugikan konsumen, menimbulkan kerugian, dan sejenisnya. Oleh karena itu, dalam penerapan sistem diskon ada hal yang harus dihindari. Berikut beberapa faktor yang dianggap haram, antara lain:

- a. Objek transaksi yang dilarang secara hukum, misalnya barang-barang haram seperti minuman keras, bangkai, babi, dan sejenisnya.
- b. Transaksi yang melibatkan pertukaran hak dan kepemilikan secara timbal balik, berdasarkan kesepakatan dan keinginan bersama.
- c. Tadlis merupakan transaksi yang melibatkan menyembunyikan informasi yang penting mengenai kualitas atau kuantitas barang. Dalam Islam, setiap transaksi harus didasarkan pada kesepakatan dan kejujuran antara kedua belah pihak, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Tadlis dalam jual beli adalah tindakan menyembunyikan cacat barang. Islam melarang transaksi yang tidak didasarkan pada kesepakatan dan informasi yang sama antara pihak-pihak yang terlibat, karena hal itu dapat menyebabkan kerugian, penipuan, atau tadlis.²²
- d. Najasy merupakan praktik jual beli dengan maksud pura-pura, di mana pembeli sengaja menaikkan harga barang bukan untuk membelinya, tetapi hanya untuk menipu pembeli lain agar membeli dengan harga yang tinggi.
- e. Gharar yang melibatkan ketidakpastian dan keraguan mengenai keberadaan atau keberhasilan objek jual beli. Gharar juga mencakup ketidaktahuan tentang sifat, ukuran, dan aspek lainnya yang penting. Dalam sistem jual beli, gharar melibatkan unsur mengambil harta

²² Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Rajawali, 2012), hlm. 162

orang lain secara tidak sah. Allah melarang mengambil harta orang lain dengan cara yang tidak benar.

Dalam praktik jual beli, penting untuk menghindari faktor-faktor yang diharamkan tersebut agar transaksi dapat berlangsung sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Namun, seringkali terjadi bahwa harga barang yang seharusnya didiskon tidak benar-benar mengalami potongan harga, karena penjual sebenarnya telah menaikkan harga barang sebelum memberikan diskon. Praktik ini dapat menyesatkan konsumen, karena tipuan ini membuat konsumen tergoda dan ingin membeli barang yang sedang didiskon. Beberapa konsumen yang memiliki pengetahuan tentang harga dapat menyadari bahwa harga barang sebenarnya telah dinaikkan sebelum diberikan diskon. Misalnya, sebelum diberikan diskon 50%, penjual telah mengubah harga asli. Sebelumnya, harga barang tertera Rp100.000, tetapi penjual mengubahnya menjadi Rp200.000, sehingga setelah diberikan diskon 50%, harganya tetap Rp100.000.

Dalam hal ini, terdapat unsur gharar (ketidakpastian) yang dimaksudkan dalam transaksi tersebut, dimana terdapat sesuatu yang disembunyikan oleh salah satu pihak yang dapat menimbulkan ketidakadilan serta satu pihak menipu pihak lain. Dalam pandangan Islam, gharar merupakan hal yang dilarang dan diharamkan karena sangat merugikan salah satu pihak.

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Dalam penjelasannya, Darmadi (2013: 153) menyatakan bahwa metode penelitian adalah suatu pendekatan ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan tertentu. Pendekatan ilmiah berarti bahwa kegiatan penelitian didasarkan pada karakteristik

keilmuan, seperti rasional, empiris, dan sistematis²³. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analisis. Menurut Suharsimi Arikunto (2013: 3), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menginvestigasi keadaan, kondisi, atau hal lain yang telah dijelaskan sebelumnya, dan hasilnya dipresentasikan dalam bentuk laporan penelitian.

Metode deskriptif analisis adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan suatu situasi atau fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat berdasarkan data sampel atau populasi yang ada. Dengan menggunakan metode deskriptif analisis, penulis dapat menggambarkan secara menyeluruh tentang analisis yang terintegrasi. Dalam konteks ini, penulis akan menggambarkan bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap strategi diskon dalam jual beli berbasis *online*.

2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti yaitu data kualitatif untuk mendapatkan data yang mendalam. Data kualitatif adalah data yang dihimpun dari bentuk wawancara, pengamatan, atau bahan tertulis yang dapat dijadikan sumber penelitian.²⁴

Dikutip dari Strauss dan Corbin dalam Creswell (1998:24), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh melalui prosedur statistik atau metode pengukuran lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk secara mendalam menggali fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, dan hal lainnya dengan menggunakan metode yang berkesinambungan.. Dalam konteks ini, penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

²³ Nadirah, S. Pd, Andi Dwi Resqi Pramana, and Nurmalinda Zari. *metodologi penelitian kualitatif, kuantitatif, mix method (mengelola Penelitian Dengan Mendeley dan Nvivo)*. CV. Azka Pustaka, 2022.

²⁴ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, 2021, CV. Syakir Media Press: Makassar, hal. 54

Pengumpulan data dilakukan secara purposive dan snowball, dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

3. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah jenis data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui wawancara dan observasi langsung. Jenis data ini ditampilkan dalam bentuk teks tertulis yang terdiri dari rangkaian kata-kata atau cerita yang dikumpulkan dari hasil pengamatan dan interaksi langsung dengan subjek penelitian..²⁵

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang mendukung dan melengkapi data primer yang telah diperoleh. Data sekunder ini berasal dari berbagai sumber, seperti buku, skripsi, tesis, jurnal, karya ilmiah lainnya, internet, dan referensi yang relevan dengan topik penelitian. Sumber data sekunder ini merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti sebagai pendukung dari sumber utama, yaitu data primer. Data sekunder dapat berupa dokumen-dokumen yang telah terstruktur dan diolah sebelumnya.²⁶

4. Teknik Pengumpulan Data

Mengetahui Penggunaan teknik pengumpulan data merupakan aspek yang sangat krusial dalam penelitian. Tanpa memahami dan mengimplementasikan teknik-teknik ini dengan baik, peneliti akan kesulitan untuk memperoleh data yang memenuhi standar yang telah ditetapkan. Berikut ini adalah beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan:

a. Observasi

²⁵ *Ibid*, h. 93

²⁶ *Ibid*

Observasi adalah proses pengumpulan data langsung dari lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti tidak terlibat dalam kegiatan sehari-hari objek yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian, tetapi hanya sebagai pengamat saja.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu bentuk interaksi percakapan dengan tujuan tertentu. Dalam proses wawancara, terdapat dua pihak yang terlibat, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan, dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Dalam penelitian ini, metode wawancara semi-struktural digunakan oleh peneliti, yang memberikan fleksibilitas lebih besar dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan pandangan yang lebih terbuka mengenai permasalahan yang sedang diteliti, dengan mengajukan pertanyaan kepada penjual dan pengguna *Marketplace*.

c. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan.

d. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mencari dan mengumpulkan data dari berbagai sumber dokumen seperti catatan, buku, transkrip, surat kabar, buku besar, agenda, dan sejenisnya.²⁷ Metode ini bertujuan untuk mendapatkan data yang terkait dengan peristiwa-peristiwa yang telah terjadi.²⁸ Metode

²⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, h. 234

²⁸ Winarno Surachmad, *Pengantar Penelitian.*, h. 132

ini digunakan sebagai pendukung untuk memperoleh data, karena melalui metode dokumentasi, peneliti dapat memperoleh data historis dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

5. Analisis Data

Menurut Bogdan yang dikutip oleh Sugiyono, analisis data adalah proses sistematis pengumpulan data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya sehingga data tersebut dapat dipahami dengan mudah dan hasil penelitian dapat disampaikan kepada orang lain. Dari konsep tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis data merupakan proses penelitian dan pengorganisasian data secara sistematis yang diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Proses ini melibatkan pengelompokan data ke dalam kategori, pemilihan data yang relevan untuk penelitian, serta pembuatan kesimpulan agar hasil penelitian dapat dimengerti dengan mudah oleh peneliti maupun orang lain. Tahapan dalam teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi:

a. Pengumpulan Data

Pada analisis model pertama peneliti melakukan pengumpulan data dari hasil wawancara, hasil observasi, dan dokumen berdasarkan kategori yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan lebih lanjut melalui pencarian data selanjutnya.

b. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan yang jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Untuk itu perlu dilakukan reduksi data dengan cara merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah

peneliti dalam melakukan pengumpulan data. Peneliti akan menyederhanakan data yang sudah di dapatkan dilapangan.

c. Penyajian Data

Setelah direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, sehingga akan semakin mudah dipahami. Setelah data di Reduksi maka peneliti selanjutnya melakukan pendekripsikan data yang telah di sederhanakan.

d. Penarikan Kesimpulan.

Penarikan kesimpulan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas. Pada bagian ini berisi penarikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.²⁹ Untuk penarikan kesimpulan peneliti menuliskan ini sesuai fakta yang di dapatkan peneliti di lapangan.



²⁹ Supardi, Metode penelitian ekonomi bisnis, (Yogyakarta : UII Press, 2015), hlm.247.