

BAB I

PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

Watak manusia adalah butuh akan sesuatu, baik itu berupa kebutuhan yang bersifat primer sekunder maupun tertier. Hal ini dilakukan untuk melengkapi dirinya dalam keadaan dan tahapan hidupnya sejak masa pertumbuhan hidupnya sampai masa tuanya. Al-Qur'an telah banyak menyatakan bahwa manusia itu adalah fakir (Soenarjo, 1992: 835), akan selalu butuh terhadap sesuatu sampai ajal tiba. Untuk memenuhi kebutuhan yang begitu kompleks, manusia dituntut untuk berusaha dan melakukan kegiatan ekonomi dengan jalan bekerja, hal ini berdasarkan ayat sebagai berikut:

وَاللَّهُ الْعَزِيزُ وَأَنْتُمْ الْفُقَرَاءُ

"Dan Allah-lah Yang Maha Kaya sedangkan kamulah orang-orang yang berkehendak (kepada-Nya)" (Soenarjo, 1992: 835)

Banyak jumlah toko yang berdiri, mendorong para pedagang untuk melakukan berbagai kegiatan yang dapat menunjang keberlangsungan dan mempertahankan roda usahanya. Para usahawan mencoba untuk merangkul pasar dengan metode pendekatan penawaran barang yang dirasa akan bermanfaat bagi pihak toko dan pihak pembeli.

Pelaksanaan perdagangan atau jual beli banyak terdapat permasalahan dan juga tanpa aturan dan norma-norma yang tepat, maka akan timbul bencana dan kerusakan dalam masyarakat. Pada dasarnya masalah-masalah prinsip dalam jual beli

khususnya dan masalah perekonomian pada umumnya telah digariskan dalam Al-Qur'an dan dibentangkan dalam Hadits. Jika tidak dijunpai dalam keduanya, maka para Muftahid telah banyak mencururkan keringat ijthid mereka. Perjalanan hidup manusia terus berjalan dan kebutuha terus bertambah, kemajuan ilmu dan teknologi membawa tantangan-tantangan baru yang berbeda dengan tantangan-tantangan yang dihadapi umat terdahulu, padahal masyarakat harus tetap memelihara kemaslahatan, sehingga hasil ijthid harus terus dibutuhkan, jika tidak terbukanya pintu ijthid maka Syari'ah Islamiyah akan kaku dan sempit serta tidak sanggup memberikan respon sehingga tidak tahan terhadap perubahan tempat, waktu, dan keadaan. Padahal kita ketahui Syari'ah Islamiyah adalah syari'at bagi manusia dan rahmat bagi manusia.

Pasar (*market*) dalam ekonomi mikro diartikan dalam dua pengertian, yaitu pasar dalam arti sempit dan pasar dalam arti luas. Pasar dalam arti sempit diartikan sebagai tempat berkumpulnya sejumlah penjual dan pembeli di mana terjadi transaksi jual beli terhadap barang yang ada di sana, atau disebut juga sebagai pasar kongkrit. Sedangkan pasar dalam arti luas yaitu keseluruhan permintaan dan penawaran barang dan jasa tertentu (Winardi, 1992: 106-107). Dari pengertian luas ini, dapat diartikan bahwa pasar (*market*) meliputi semua kegiatan yang dapat memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen agar terciptanya permintaan dan penawaran yang efektif.

Beragamnya praktek *marketing* yang terjadi dilapangan memotivasi *supermarket* (tempat penelitian) untuk ikut bersaing dalam merangkul pasar. Mereka berusaha menetapkan kebijakan yang dirasa akan mendukung prospek usahanya. Kebijakan harga diskon merupakan salah satu bentuk contoh kebijakan mereka, yang

menurut anggapan mereka sebagai respon terhadap fenomena yang terjadi dilapangan, yang semakin hari dirasakan semakin ketat

Ketetapan harga dalam sebuah perdagangan merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen sebuah usaha. Harga itu harus dapat menutupi ongkos produksi atau bahkan lebih dari itu untuk laba. Karena perdagangan itu sebagai usaha untuk membuat keuntungan dengan jalan menumbuhkan modal, membeli barang dengan harga murah dan menjual dengan harga tinggi.

Ekonomi bebas mengatakan bahwa, permintaan dan *supply* (penawaran) komoditi menentukan harga normal yang mengukur permintaan efektif yang ditentukan oleh tingkat kelangkaan pemasokan dan pengadaan. Peningkatan permintaan suatu komoditi cenderung menaikkan harga dan mendorong produsen untuk memproduksi barang-barang itu lebih banyak. Masalah kenaikan harga itu timbul karena ketidaksesuaian antara permintaan dan *supply*. Ketidaksesuaian ini karena adanya persaingan yang tidak sempurna seperti jumlah penjual dibatasi atau bila ada perbedaan hasil produksi. Oleh karena itu Ibnu Taimiyah secara tegas mengatakan bahwa naik turunnya harga tidak selamanya disebabkan oleh kezaliman umat manusia, tapi kadangkala disebabkan oleh kurangnya suplai dan penurunan barang impor bagi masyarakat. Dengan demikian harga itu naik jika permintaan barang meningkat saat permintaan menurun maka harga itu akan jatuh (H. Anshari Thoyib, 9719 104).

Persaingan sempurna dan tidak sempurna sering terjadi dalam sebuah pasar. Kriteria alternatif persaingan yang sempurna seperti yang disebutkan oleh Scherer dan dikutip oleh Winardi, SE, dalam kriteria-kriteria kelakuannya disebutkan bahwa tidak boleh terdapat taktik yang *fair* yang bersifat penghambat, tidak boleh kolusi,

tidak menyesatkan dan tidak boleh ada diskriminasi harga yang terus menerus dan merugikan (Winardi, 1992: 126-127) Jika itu ada dalam sebuah pasar maka disana terdapat persaingan yang tidak sempurna

Perkembangan dan kemajuan dalam bidang perdagangan dapat dilihat dengan tumbuh dan menjamurnya tempat-tempat belanja seperti *Shopping Centre* atau pusat perbelanjaan yang berbeda penampilannya dengan pasar-pasar pada umumnya atau dikenal dengan pasar tradisional. Pusat-pusat perbelanjaan tersebut sangat mementingkan kenyamanan berbelanja bagi konsumen, seperti ruangan belanja yang sangat bersih, penataan barang-barang yang rapi dan konsumen dengan leluasa dapat memilih barang-barang yang diperlukan tanpa harus dilayani dengan kualitas yang baik dan disediakan harga diskon. Dalam perdagangan ini yang disebut dengan sistem swalayan, di mana toko-toko tersebut tidak menyediakan banyak pramuniaga tapi konsumen melayani dirinya sendiri atau disebut *self service*. Sistem swalayan ini dipakai pula oleh Supermaret Mitra Baru Banjaran Kabupaten Bandung.

Seiring dengan semakin banyak toko yang berdiri di Kabupaten Bandung khususnya di Banjaran memacu setiap toko untuk menciptakan kreatifitas dalam memasarkan barang dagangannya. Promosi merupakan salah satu bentuk cara toko dalam rangka memasarkan produknya. Dan hal ini dilakukan dalam rangka menambah percepatan penjualan barang dan berpengaruh terhadap masa depan sebuah usaha. Banyaknya promosi yang dilakukan, jelas lebih memungkinkan untuk cepatnya penjualan barang jika dibandingkan dengan tidak adanya promosi. Oleh sebab itu, jika hal ini sudah terlaksana dengan baik maka target pun besar kemungkinan akan tercapai.

Salah satu bentuk promosi yang dilakukan adalah adanya ketetapan harga diskon. Pelaksanaan diskon seperti yang terjadi di Mitra Baru Banjaran dengan harapan dapat merekrut konsumen sebanyak mungkin dan mempertahankannya. Jika hal ini tercapai, maka secara pendapatan toko dapat bertambah dengan banyaknya proses transaksi pembelian di toko ini dan akhirnya targetpun tercapai.

Diskon (potongan harga) barang yang terjadi di Mitra Baru Banjaran tidak berlaku untuk semua jenis barang, tapi hanya berlaku untuk barang yang dirasakan cukup terkenal dan dibutuhkan oleh masyarakat. Selain diskon, hal-hal lain yang dapat menunjang merekrut konsumen dilakukan oleh manajemen Mitra Baru Banjaran, diantaranya lokasi yang sangat strategis, fasilitas parkir yang luas, pelayanan yang memuaskan, produk yang lebih komplit dan harga yang bersaing, walaupun banyak supermarket-supermarket disekitar yang meramaikan persaingan untuk merekrut konsumen. Hal ini dapat diketahui dari cepatnya perputaran barang tersebut dikalangan masyarakat.

Di lapangan penelitian (Mitra Baru Banjaran) telah terjadi penetapan harga diskon, sebagai akibat dari persaingan yang sangat ketat diantara toko yang ada, kebijakan harga diskon pun ditetapkan dengan ketetapan harga yang beragam sekali dari barang yang sama, tapi kebijakan harga tersebut ada kecenderungan mengarah kepada kebijakan harga jual yang murah dari harga jual sebelumnya. Wacana yang selama ini berkembang dimasyarakat yaitu bahwa diskon itu hanya rekayasa toko, sebab mereka menilai pendiskonan suatu barang itu dengan cara harga barang dinaikan terlebih dahulu, baru kemudian diadakan diskon. Supermarket Mitra Baru Banjaran menganggap jika hal ini dilakukan berarti sama dengan manipulasi dan tidak efektif, karena dalam menaikkan harga itu jelas dapat memakan waktu, biaya,

dan tenaga Kebijaksanaan harga yang bersaing inilah yang mendorong penyusun untuk melakukan penelitian dan dipandang perlu untuk mengadakan penelitian tentang skripsi dengan judul "PRAKTIK PENETAPAN DISKON (Studi Kasus di Supermarket Mitra Baru Banjaran)".

B. Perumusan Masalah

Melihat pemaparan di atas, maka perumusan masalah yang akan dibahas adalah

- a. Bagaimana praktek dan bentuk penetapan diskon yang diterapkan di Supermarket Mitra Baru Banjaran?
- b. Bagaimana dampak penetapan diskon terhadap volume dan laba penjualan di Supermarket Mitra Baru Banjaran?
- c. Bagaimana tinjauan dan dasar hukum Islam terhadap praktek penetapan diskon di Supermarket Mitra Baru Banjaran?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk

- a. Untuk mengetahui praktek dan bentuk penetapan diskon di Supermarket Mitra Baru Banjaran
- b. Untuk mengetahui dampak penetapan diskon terhadap volume dan laba penjualan di Supermarket Mitra Baru Banjaran
- c. Untuk mengetahui tinjauan dan dasar hukum Islam terhadap praktek penetapan diskon yang dilakukan Supermarket Mitra Baru Banjaran

D Kerangka Berpikir

Masalah-masalah prinsip dalam jual beli telah digariskan dalam al-Qur'an dan dibentangkan dalam Hadits sedangkan masalah teknis yang selalu mengalami perubahan dan perkembangan selalu memerlukan hasil ijtihad para Mujtahid, sehingga aktifitas jual beli tidak mengalami kemunduran Hasil ijtihad berguna untuk terpeliharanya kemaslahatan masyarakat, sebaliknya jika pintu ijtihad tertutup maka tantangan-tantangan baru yang berbeda dengan tantangan-tantangan dulu tidak dapat dipecahkan sehingga orang Islam atau masyarakat tertinggal jauh dalam segala aspek kehidupan.

Allah SWT mensyariatkan jual beli sebagai pemberian keleluasaan untuk hamba-Nya karena manusia secara pribadi memiliki kebutuhan berupa sandang pangan, papan dan kebutuhan lainnya (Sayyid Sabiq, 1988 : 49) Meskipun perdagangan diharamkan dalam Islam, tidak berarti pelaku perdagangan menjalankan usahanya dengan sesuka hati, seperti melakukan penipuan dengan cara menyembunyikan barang yang cacat atau mengurangi timbangan dan lain-lain Orang yang terjun dalam dunia usaha umumnya dan perdagangan khususnya, wajib mengetahui hal-hal mengenai sahnya jual beli juga sikap dan tindakan jauh dari kerusakan yang tidak dibenarkan

Diskon merupakan suatu potongan dalam jumlah pokok, lazimnya jumlah pokok tersebut merupakan harga nominal atau harga yang tercantum dalam daftar (Winardi, 1998 : 169) Biasanya potongan harga ini diwujudkan dalam bentuk tunai dan ditujukan untuk menarik konsumen, tapi kadang-kadang potongan harga tersebut diberikannya beberapa barang

Praktek penetapan diskon yang terjadi di Mitra Baru Banjaran merupakan kegiatan *Marketing*, karena mereka melakukan ini dalam rangka menawarkan barang yang akan dijual. Tidak hanya itu, tetapi praktek semacam ini merupakan sebuah fenomena persaingan yang terjadi antar toko, karena mereka menetapkan harga yang bervariasi.

Penetapan diskon yang dilakukan Mitra Baru Banjaran sangat beragam sekali bentuknya, seperti potongan musiman dan potongan langganan. Yang dimaksud potongan musiman karena mereka melakukan potongan harga pada waktu-waktu tertentu saja, sedangkan potongan langganan diberikan bagi pelanggan tertentu saja.

Wacana yang selama ini beredar dimasyarakat mengindikasikan bahwa pelaksanaan penetapan harga diskon yang terjadi merupakan praktek yang manipulatif, karena harga ini merupakan hasil rekayasa dan permainan dari toko. Mereka (konsumen) melihat bahwa diskon itu merupakan proses penetapan harga barang yang dinaikan terlebih dahulu, baru kemudian diadakan potongan harga. Dalam aktivitas perdagangan, para pedagang diharapkan agar berlaku profesional, baik dalam menjalankan penjualan ataupun pembelian. Perdagangan tidak boleh dilakukan dengan menggunakan cara-cara batil dalam bentuk apapun, dan harus mengandung kerelaan, hal ini didasarkan pada surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
بِحَارَةٍ عَنْ تَرَاصٍ مِنْكُمْ

“Hai orang-orang yang beriman jangan makan harta di antara kamu secara batil kecuali terjadi transaksi suka sama suka ... (Soenarjo, 1992: 122)

Mekanisme penetapan diskon (potongan harga) dengan jalan menetapkan potongan harga dari harga jual yang ada, merupakan praktek yang sudah lazim dalam praktek ekonomi pada umumnya, karena praktek ini merupakan sebuah trik dalam rangka meningkatkan *income* toko karena mereka menganggap dengan jalan diskon ini praktis akan banyak merekrut pembeli. Jika hal ini terjadi, otomatis pendapatan akan naik sesuai dengan semakin banyaknya pembeli.

Praktek diskon yang menerapkan harga dengan potongan harga jual dengan maksud agar banyak mendatangkan pembeli, mendorong para pedagang untuk melakukan diskon (potongan harga) besar-besaran meskipun keuntungan yang di dapat semakin kecil sebagai akibat diskon (potongan harga) yang semakin besar.

Ketetapan harga diskon cenderung kepada murahnya harga jual suatu barang. Jika diskon ini besar maka secara otomatis harga pun menjadi lebih murah, tapi jika diskon hanya sedikit maka harga pun masih relatif tinggi.

Realita seperti ini merupakan tradisi yang sudah mengakar dikalangan para pedagang dan tidak pernah ada pihak yang merasa dirugikan, bahkan mencerminkan harga yang adil, karena harga yang adil dalam Islam adalah penetapan harga yang tidak merugikan, baik pihak penjual ataupun pihak pembeli.

Penetapan diskon di Mitra baru Banjaran di olah dan ditetapkan oleh suatu manajemen yang dapat memakan waktu, biaya, dan tenaga. Dalam potongan suatu barang, sebelumnya ada kesepakatan yang terjadi antara pihak toko, supplier, dan distributor untuk menetapkan harga pokok yang menjadi standar toko dalam menetapkan harganya. Dengan adanya standar harga pokok ini para distributor diharapkan tidak menetapkan harga dibawah harga pokok yang ada. Jika ada dari

pihak distributor yang menetapkan harga jual di bawah harga pokok itu akan merusak karena pihak supplier tidak akan mengirim barang lagi

Praktek penetapan harga yang merupakan kewenangan manajemen seseorang, dibatasi oleh hak yang dimiliki orang lain. Apabila seseorang yang menetapkan harga suatu barang di bawah harga normal (sangat murah) atau kompetisi yang tidak normal, sementara di pihak lain ada yang menetapkan harga normal maka tindakan tersebut dilarang

Diskon (potongan harga) barang biasanya tidak berlaku untuk semua jenis barang, tapi hanya berlaku untuk barang yang dirasakan cukup terkenal dan dibutuhkan oleh masyarakat, baik primer, sekunder maupun *frestice*.

E. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Supermarket Mitra Baru Jalan Raya Barat No 156 Desa Banjaran Kabupaten Bandung

2. Metode Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti, metode yang akan digunakan adalah metode kasus yaitu mendeskripsikan sesuatu pada satuan analisis secara utuh sebagai aturan yang terintegrasi (Cik Hasan Bisri, 1999: 57).

3. Sumber Data

Data ini dilihat dari sumber yang diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu

- a. Data primer, yaitu data yang langsung diambil dari sumbernya, seperti pemilik, manajer, personalia Supermarket Mitra Baru Banjaran mengenai data perusahaan tersebut
- b. Data Sekunder yaitu pramuniaga Supermarket Mitra Baru Banjaran

4. Jenis data

Jenis data yang dimaksud adalah data yang berhubungan dengan masalah yang diajukan yaitu mengenai praktek penetapan diskon yang diterapkan oleh Supermarket Mitra Baru dan literature hukum Islam yang menjadi barometer terhadap praktek penetapan diskon di Supermarket Mitra Baru

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut

- a. Teknik Observasi, yaitu pengamatan terhadap fenomena yang terjadi di lokasi.
- b. Wawancara, yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab yang dilaksanakan secara sistematis atau percakapan yang bertujuan untuk memperoleh informasi
- c. Studi pustaka, yaitu pengumpulan data-data kepustakaan yang berupa buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang dibahas

6. Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan cara sebagai berikut

- a. Melakukan seleksi terhadap data yang terkumpul kemudian diklasifikasikan sesuai dengan tujuan penelitian
- b. Menafsirkan data yang diperoleh dengan menggunakan kerangka berpikir
- c. Penarikan kesimpulan

